

MEDIA NË TRANZICION: reflektim pas tri dekadash

MEDIA NË TRANZICION: REFLEKSIONE PAS TRI DEKADASH



Tiranë, 2020

Botues: Friedrich-Ebert-Stiftung
Office Tirana
Rr. Kajo Karafili
Nd-14, Hyrja 2, Kati 1,
Kutia Postare 1418
Tiranë, Shqipëri

Për realizimin e këtij studimi punoi një grup pune i përbërë nga
Agim Doksani, Dorentina Hysa, Kejsi Bozo.

Kopertina dhe layout: Bujar Karoshi

Opinionet, gjetjet, konkluzionet dhe rekomandimet e
shprehura në këtë botim janë të autorëve dhe nuk reflektojnë
domosdoshmërisht ato të Fondacionit Friedrich Ebert.

Publikimet e Fondacionit Friedrich Ebert nuk mund të përdoren
për arsye komerciale pa miratim me shkrim.

Përmbajtja e lëndës

KAPITULLI 1

30 VJET MEDIA NË TRANZICION:

NJË PANORAMË HISTORIKE 5

KAPITULLI 2

RRUGA E VËSHTIRË DREJT LIRISË SË MEDIAS 29

KAPITULLI 3

SFIDAT E PROFESIONALIZMIT: MEDIA NDËRMJET

BIZNESIT DHE POLITIKËS 45

Referenca 55

KAPITULLI 1

30 VJET MEDIA NË TRANZICION: NJË PANORAMË HISTORIKE

I. SHTYPI I SHKRUAR: NJË RRUGË ME KTHESA

Një parahistori

Pas një periudhe të gjatë të regjimit komunist, me një kohëzgjatje 45-vjeçare, kur shtypi ishte tërësisht nën kontrollin e qeverisë komuniste, duke nisur nga viti 1990 e në vijim media shqiptare hyri në një periudhë të re zhvillimi. Lindja e gazetarisë së re e pati zanafillën në kushtet e reja politike dhe sociale të krijuara në vend gjatë vitit 1990.

Si datë e fillimit të shtypit të periudhës së tranzicionit mbahet 5 janari i vitit 1991, kur qarkulloi numri i parë i së përditshmes “Rilindja Demokratike”, dalja e së cilës shënoi jo vetëm në shtyp, por në gjithë jetën shqiptare çeljen e një epokë të re, atë të fjalës së lirë.

Shenjat e para të hapjes së shtypit shqiptar u shfaqën kohë përpara ngjarjeve të dhjetorit 1990. Ndër këto mund të përmendim një cikël shkrimesh të gazetës “Bashkimi” që binin ndesh me “vijën” dhe orientimet e deriatëhershme. Shkrimet, edhe pse të natyrës ekonomike, synonin hapjen e shoqërisë shqiptare. Elementë që cenonin politikën zyrtare u vunë re edhe në gazetën “Drita”, apo edhe disa artikuj të “Zëri i popullit”. Mbresë të fortë në publik krijoi edhe botimi i intervistës së Ismail Kadaresë në gazetën “Zëri i Rinisë” në mars 1990.

Diskutime dhe polemika ngjallën veçanërisht shkrimi i kardiologut Sali Berisha, botuar në gazetën “Bashkimi” (shtator 1990), i titulluar “Demokracia dhe humanizmi”, si dhe artikulli i akademikut Ylli Popa “Në kërkim të kohës së humbur”, botuar në gazetën “Zëri i Popullit”¹.

Në disa organe të shtypit qendror shpалosja e mendimeve pluraliste nuk do të mjaftohej me kaq. Mund të thuhet se idetë dhe idealet e reja u parashtruan

¹ H. Boriçi & M. Marku, “Histori e shtypit shqiptar: Nga fillimet deri në ditët tona”, 2010.

dhe u përpunuan në gazetatat e kohës. Natyrisht që nuk mungoi forcimi i kontrollit “nga lart” mbi shtypin e asaj kohe, megjithatë fakti që shkrimet me ide dhe mendime që përçonin frymën e re në publicistikë nuk munguan, dëshmon qartë se gazetaria edhe në atë hark kohor nuk qëndroi duarkryq, por në një farë mase i parapriu lëvizjeve masive të rinisë studentore për përmbysjen e sistemit. Megjithatë duhet pranuar se nuk mund të flitet për disidencë të vetëdijshme në gazetari, por vetëm për individë që i kapën më shpejt mesazhet që vinin nga zhvillimet në vendet e Lindjes dhe presioni i ushtruar nga politikat euro-perëndimore.

Si dukuri kryesore të kësaj periudhe mund të veçohen²: e para, ndonëse ndihej era e ndryshimeve të mëdha politike, ekonomike dhe shoqërore, gjithsesi në pasqyrimin publicistik të realiteteve jetësore është përdorur një gjuhë “e kujdesshme”, jo e drejtpërdrejtë, ku më shumë publiku duhet të lexonte mes rreshtave; e dyta, deri para daljes së *Rilindja Demokratike* shtypi ishte pa asnjë organ opozitar, pra të gjithë organet ecnin sipas të njëjtës “vijë” orientimi; e treta, në këtë fazë kalimtare vihen re orvatjet për një shtyp me tipare demokratike, por që gjatë rrugëtimit, shfaqti dhe zhvilloi dukuri të së kaluarës monopartiake në kushte të reja, karakteristikë kjo sidomos e shtypit partiak; e katërta, shtypi i periudhës së tranzicionit nuk arriti dot të çlirohet, sidomos në hapat e para, nga mendësia e medias së deriatëhershme; dhe e fundit, shtypi i periudhës së tranzicionit, në fillimet e veta, u zhvillua dhe mori hov në gjirin e organeve mediatike të kohës, gjë që mund të quhet fazë e parë e tranzicionit.

Lindja e shtypit pluralist

Lëvizja studentore dhe krijimi i Partisë Demokratike sollën një ringjallje të vërtetë të gjithë jetës në vend. Ato hodhën poshtë mitin e diktaturës dhe zhvleftësuan organet represive të saj. Në Shqipëri filluan të shfaqen elemente të panjohura në gati pesëdhjetë vjet diktaturë, siç janë liritë dhe të drejtat e njeriut. Në këtë kontekst shënoi daljen e saj gazeta *Rilindja Demokratike*, organ i Partisë Demokratike.

Rilindja Demokratike ishte një revolucion më vete në historinë e shtypit shqiptar. Ajo i dha fund skematizmit dhe propagandës së rënduar të shtypit komunist; krijoi premisat për përgatitjen e një klase të re gazetarësh; hodhi themelet e gazetarisë së opozitës si një element shumë i rëndësishëm i një shoqërie demokratike; revolucionarizoi mënyrën e shprehjes dhe të

² B. Fevziu, “Historia e shtypit shqiptar 1848 - 2005”, 2005.

paraqitjes grafike dhe së fundi, arriti tirazhe të papara ndonjëherë në shtypin shqiptar. Në një farë mënyrë, *Rilindja Demokratike* është themeluesja e shtypit të vërtetë modern dhe të lirë shqiptar. Asnjëherë më parë, Shqipëria nuk kishte pasur një shtyp sipas modelit të tij bazik ndërkombëtar dhe *Rilindja Demokratike* ishte pararendës i tij.

Gazeta e re u shfaq si zëdhënëse e fillimit të një epoke shpresëdhënëse, të një sistemi të ri politik e shoqëror, lajmëtare e medias së lirë, në një shoqëri që luftonte për një rend shoqëror demokratik perëndimor, ku gjithsecili do të gëzonte të drejtat dhe liritë e tij. Gazeta *Rilindja Demokratike* u prit shumë mirë nga lexuesi. Tirazhi i saj arriti shpejt në 100.000 kopje, por edhe ky tirazh nuk ishte i mjaftueshëm.

Rilindja Demokratike nuk ishte thjesht një gazetë e lajmit të ditës. Ajo mbi të gjitha ishte një gazetë opinionesh, ose thënë ndryshe, një tribunë refleksionesh mbi diktaturën e së shkuarës dhe mbi demokracinë e së ardhmes. Ajo krijoi modelin e parë të një opozite serioze me premisa për të drejtuar së shpejti Shqipërinë. *Rilindja Demokratike* përcolli me emocion dhe profesionalizëm të gjitha evenimentet e mëdha politike dhe historike të vendit. Në njëfarë mënyrë, ajo u bë dëshmitare e vetme, ose thuajse vetme, e një prej momenteve më të rëndësishme të historisë së Shqipërisë.

Fillimisht gazeta u botua me gjashtë faqe të mëdha dy herë në javë, vijoi duke e rritur periodicitetin dhe duke ndryshuar formën e saj. Ajo filloi të botohej tri herë në javë dhe më pas e përditshme. Fillimisht me 8 faqe dhe së fundi me 16 faqe. Aktualisht vijon të mbetet organ i PD-së, por ajo nuk ka më rolin dhe peshën e dikurshme.

Me themelimin e partive të reja politike, kjo periudhë u karakterizua edhe nga rritja e ndjeshme e numrit të gazetave me karakter politik. Ato që pasuan *Rilindjen Demokratike* ishin gazeta *Republika*, e Partisë Republikane, *Alternativa-SD* e Partisë Socialdemokrate, *Progresi Agrar* i Partisë Agrare, *Kombi* (1991), i Partisë së Unitetit Kombëtar, *Balli Kombëtar* (1992), i Partisë së Ballit Kombëtar, *Atdheu* (1993), i Partisë Lëvizja e Legalitetit etj³.

Vlejnë të veçohet në këtë periudhë gazeta *Sindikalisti* që filloi të botohet në prill 1991 dhe pati një lloj ndikimi në ngjarjet e kohës. Fillimisht doli si e përjavshme dhe më vonë e përdyjavshme. Ishte e para që botoi një shkrim lidhur me skandalin e ndihmave, që çoi në burg ish-kryeministrin Fatos Nano, kryetari i Partisë Socialiste në atë kohë. Pas vitit 1992 nuk e pati më shkëlqimin e parë.

³ "Të dhëna mbi median shqiptare 1991-1998", 1998.

Gazeta *Aleanca* filloi të botohej në mars 1993, fillimisht dy herë në javë, më pas tri herë në javë dhe në fund një herë në javë. Për një kohë të gjatë ajo ruajti tirazhet kryesore në vend, por nuk arriti ta përballojë konkurrencën ekonomike. Në vitin 1996 u shkri me gazetën *Alternativa-SD* në një gazetë të përbashkët të titulluar *Poli i Qendrës*.

Në prill të vitit 1991 dolën edhe organet e para të shtypit të organizatave dhe shoqatave të ndryshme si: “Vatra amtare-Çamëria” e shoqatës politike Çamëria. Dhe po atë muaj (19 prill 1991) nisi botimin në Tiranë gazeta e pavarur “Rilindja” e Prishtinës, e shpërngulur nga Kosova pas ndalimit nga regjimi serb.

Përkrah gazetave politike dhe atyre të pavarura rinisi edhe botimi i organeve të shtypit fetar, si: revista *Hylli i Dritës* dhe gazeta *Drita Islame*, e cila më pas u kthye në një revistë të përmuajshme⁴.

Krahas numrit të gazetave dhe revistave të reja që u rrit dita-ditës vazhdonin të botoheshin edhe gazetat e kohës së komunizmit *Zëri i popullit*, *Bashkimi*, *Zëri i Rinisë*, *Drita*, *Puna* (që e ndërroi titullin në *Pasqyra*), *Mësuesi*, etj.

Shtypi i ri pluralist ndikoi së tepërmi mbi këto organe të trashëguara nga regjimi i mëparshëm, duke iu siguruar një pavarësi më të madhe nga organizatat të cilave iu përkisnin dikur, derisa u arrit që të botoheshin si gazeta të pavarura. Përfundim bëri vetëm *Zëri i popullit*, që mbeti organ i Partisë Socialiste.

Ndryshimet në shtypin qendror u pasqyruan edhe në disa gazeta lokale, por në kushte dhe rrethana të tjera, pasi ato financoheshin nga ish-komitetet e partisë komuniste në rrethe. Kështu gazeta *Adriatiku* e Durrësit shpejt u shmang nga kursi i vjetër. Në Korçë vendin e gazetës *Përpara* e zuri *Koha*, në kujtim të gazetës së Mihal Gramenos. Në Lezhë, gazeta *Koha Jonë* ishte ndër të parat që u shpall e pavarur, duke u bërë shumë shpejt një nga të përditshmet me tirazh më të madh.

Hapat e parë të shtypit të pavarur

Shndërrimi i gazetës *Koha Jonë* nga ish-organ i Komitetit të Partisë së Punës së rrethit të Lezhës, pas privatizimit, në një gazetë të pavarur, në maj 1991, mund të thuhet se shënon një pikë kthese, duke kaluar nga faza e shtypit partiak që kishte mbizotëruar deri atëherë, në fazën e shtypit të pavarur.

Duke u ndalur pak më gjatë te “fenomeni” *Koha Jonë*, vëmë në dukje se

⁴ H. Boriçi, “...Një shekull e gjysmë publicistikë shqiptare,” 1997.

kryeredaktor i saj i parë ka qenë Nikollë Lesi, i cili më 1992 ia la vendin një ortaku të ri, që përfitoi 40% të aksioneve dhe u bë kryeredaktor, Aleksandër Frangajt. Më 1992, gazeta u shpërngul në Tiranë dhe filloi të botohet dy herë në javë. Në shtator 1993 u botua tri herë në javë dhe në janar 1994 filloi botimin si e përditshme. *Koha jonë* dominoi tregun e shtypit shqiptar në mënyrë të padiskutueshme deri në mes të vitit 1998. Ajo luajti një rol të padiskutueshëm në përpunimin e opinionit publik sidomos në muajt e fundit të qeverisjes së Partisë Demokratike në vitin 1997. Një rol krejt të veçantë ajo ka luajtur edhe në zhvillimin e koncepteve gazetareske në vend. Ajo ishte gazeta e parë e strukturuar në mënyrë bashkëkohore dhe e para që bëri një revolucion në orientimin e shtypit drejt informacionit. Gazeta *Koha jonë* ishte e para që filloi në vitin 1994 botimin e një suplementi brenda faqeve të saj, të titulluar *AKS* (Art, Kulturë, Sport).

Transformimi i *Koha Jonë* në gazetën më të madhe në vend, nuk ishte i lehtë. Ajo arriti të përballonte një përplasje të gjatë dhe të ekzagjeruar me pushtetin, përplasje e cila krahas kontroleve të vazhdueshme financiare u pasua edhe nga ndjekje penale ndaj gazetarëve të saj.

Periudha e lulëzimit të shtypit të pavarur, që e klasifikuam edhe si fazën e dytë pas atij të shtypit partiak, u pasua nga dalja e *Gazeta Shqiptare*, një botim i shoqërisë *Edisud*, ose thënë ndryshe, një ribotim i *Gazeta Shqiptare* e viteve 20-30. Filloi të botohet në prill 1993 në dy gjuhë, shqip dhe italisht. Vijoi kështu për disa kohë, derisa u botua plotësisht në shqip dhe me kryeredaktor shqiptar.

Gazeta Dita Informacion, një gazetë e pavarur, nisi të botohet në prill 1993, fillimisht si e përjavshme, më pas dy herë në javë dhe, që nga viti 1996, si e përditshme. Drejtohej nga Shpëtim Nazarko që ishte edhe pronari i saj. Është gazeta e parë që doli nga formatet tradicionale të shtypit shqiptar dhe e para që botoi dy faqe me ngjyra. Në vitin 1997 reshti së botuari, por u rikthye me format dhe pronësi të re në vitin 2001.

Gazeta Populli Po, u botua në vitet 1993-1995. U drejtua nga Ilirian Zhupa, njëherësh edhe pronari i saj. Fillimisht doli si e përjavshme, më pas e përditshme dhe në fund dy herë në javë. Falimentoi financiarisht në vitin 1995.

Gazeta Albania filloi botimin në shtator 1995 si gazetë e përditshme. U botua nga Fondacioni Faik Konica dhe u drejtua nga Ylli Rakipi. U botua në shqip dhe një faqe në anglisht. Ishte gazetë e orientimit të djathtë dhe fillimisht mbështeti Partinë Demokratike dhe qeverinë e saj. Nga viti 1999 mori një orientim më të pavarur politik.

Krahas këtyre organeve mund të rreshtonim edhe gazetën *Illyria*, një e përditshme private që fillon të botohet në vitin 1992 në Nju Jork. Gazeta në shqip dhe disa faqe në anglisht u bë shumë shpejt një ndër organet më të rëndësishme të emigracionit shqiptar në botë, duke filluar nga ai i SHBA.

Masmedia shtetërore u pëfaqësua nga Agjencia Telegrafike Shqiptare dhe gazeta “Lajmi i ditës” (e përditshme e Entit botues të ATSH-së).

Nga pluralizmi drejt pavarësisë

Gjatë viteve 1991-1997 në Shqipëri u botuan 270 gazeta dhe revista⁵. Këtë periudhë mund ta ndajmë në dy faza: **Faza e parë** (1991-1994) u krijua një sistem i plotë i shtypit ku mbizotëronin mediat partiake, fillimisht pronë e partive dhe shoqatave të reja. **Faza e dytë** (1994-1996) filluan të mbizotëronin gazetat dhe revistat e pavarura.

Fillimisht pronarë të tyre ishin botues që kishin biznes vetëm median. Më vonë u shfaqën si pronarë mediash biznesmenë të fushave të ndryshme, që bënë investime të rëndësishme në media, si për shembull rasti i pronarit të gazetës *Shekulli*, Koço Kokëdhima.

Në vitet 1991-1997 shtypi shqiptar fitoi vlera që nuk i pati njohur gjatë historisë së tij. Ai u përmirësua në formë dhe paraqitjen grafike falë edhe revolucionit teknik të shtypshkrimit.

Shpëtimi nga kthetrat e censurës e bëri të hapur ndaj të gjitha temave. Ai filloi të ketë një ndikim vendimtar në jetën politike, shoqërore dhe kulturore të vendit. Gjatë këtyre viteve, pushteti i shtypit u bë me të vërtetë një pushtet i katërt. Ai iu nënshtrua ligjeve të konkurrencës dhe u përshtat për to. Mbi të gjitha, për herë të parë në këto vite, shtypi i opinioneve ia la vendin shtypit informativ.

Për t’u shënuar si sukses i kësaj periudhe ishte edhe formimi i gazetarëve të rinj. Duke pasur parasysh se shumica e gazetarëve të vjetër, kishin një emër të kompromentuar, të trashëguar nga shtypi komunist, duke parë edhe ndryshimet konceptuale të shtypit në këto vite nga ai i mëparshëm, vitet 1991-1996 formuan profesionalisht një grupim të ri gazetarësh. Ky grupim i ri, i edukuar në një periudhë më të liberalizuar dhe pa asnjë lidhje të drejtpërdrejtë me diktaturën, realizoi revolucionin e shtypit në një mënyrë të qetë, por domethënëse.

⁵ H. Boriçi, “...Një shekull e gjysmë publicistikë shqiptare”, 1997.

Ndër problemet më të mëdha që shtypi pati në këtë kohë ishin ato të etikës profesionale dhe të vërtetësisë së lajmit. Për një periudhë kohe gazetat u mbushën me replika midis gazetarëve dhe u desh mjaft kohë që kjo gjë të dilte nga moda. Këto vështirësi u ravijëzuan më së shumti në kuadrin e luftës midis shtypit partiak dhe atij të pavarur. Humbja e sundimit të opinionit nga gazetat partiake dhe zëvendësimi i tyre me organe të pavarura ishte një revolucion më vete. Ai solli përmirësimin e të gjitha strukturave dhe ngritjen e shtypit në vend në nivele bashkëkohore.

Pikë kthese shënoi dalja e gazetës *Shekulli* në shtator 1997⁶. Me kthimin e saj brenda dy vjetësh si e përditshmja më e madhe në vend, shtypi fitoi një dimension të ri. Ai u largua nga rreshtimi politik në favor të njëjës apo tjetrës forcë politike dhe filloi të mbante qëndrime gjithnjë e më profesionale. Pas vitit 1999 u bë më e vështirë të dalloje se cili ishte orientimi politik i një gazete, sepse shpesh ndryshonte sipas situatave apo bindjeve politike të drejtuesve dhe opinionistëve të saj. Edhe pse tirazhet u reduktuan ndjeshëm, numri i organeve të shtypit u rrit, dhe në vitin 2005 Shqipëria numëronte 32 të përditshme, nëse llogariten këtu edhe disa organe sportive.

Gazeta *Shekulli* reflektoi në njëfarë mënyre ndryshimet normale të shoqërisë shqiptare, duke e futur edhe median në një kohë të re. Ndryshimi i *Shekulli* ishte i dukshëm edhe në dizajn, në mënyrën e përcjelljes së lajmit, por edhe në komentet. Gazeta i dha më shumë hapësirë problemeve sociale, më shumë vend kronikës dhe problemeve të kulturës dhe sportit. Edhe pse politika gjithnjë zuri vendin kryesor, roli i saj brenda gazetës, ishte dukshëm i reduktuar krahasuar me modelet e mëparshme.

Në vitin 2002 filloi botimin gazeta *Panorama*, një e përditshme që ruajti mjaft të ngjashme strukturën me *Gazeta Shqiptare*. *Panorama* i kushtoi mjaft vend kronikës së zezë dhe dosjeve nga e kaluara. Ajo u bë shpejt një ndër të përditshmet më të mëdha në vend. Pas vitit 2001 u botuan edhe një seri të përditshmesh të tjera midis të cilave: *Sot*, *Ballkan*, *Metropol*, *Ekspres*, etj.

Nëse u hedhim një shikim të shpejtë të viteve 1992-2005, mund të shohim se problematika ndryshon fare pak. Problemet më të rëndësishme të shtypit mbeten ato teknike. Taksat e larta dhe domosdoshmëria e importit të lëndëve të para shtoi mjaft koston e prodhimit, për rrjedhojë edhe çmimin. Në vitin 1995, gazetat shqiptare, në raport me pagën minimale në vend, kushtonin më shtrenjtë se të gjitha gazetat e Evropës Lindore.

⁶ Të dhënat në këtë sektor bazohen te: <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2014/02/Doktoratura-Sami-Neza-Fakulteti-i-Histori-Filologjise-Departamenti-i-Gazetarise.pdf>

Shpërndarja mbeti një tjetër problem themelor. Sistemi i ngritur gjatë kohës së komunizmit u shthur. Sistemi i abonenimeve nuk funksionoi më, ndërsa ai i shpërndarjes u realizua vetëm në qytet. Si pasojë e kësaj, privohej nga e drejta e informimit përmes shtypit të shkruar rreth 60% e popullsisë së vendit.

Shitja e shtypit po ashtu vijoi të bëhej në ambiente aspak të përshtatshme, shpesh me shitës ambulantë që qëndronin në pikat e tyre në varësi të kushteve klimaterike. Kjo bëri që tirazhi i gazetave të mbetej shpesh peng i motit dhe asgjë më shumë. Përpjekjet e vazhdueshme për të riparuar diçka në këtë sistem nuk patën sukses.

Po gjatë kësaj periudhe kemi edhe daljen në treg të disa revistave. Në shkurt të vitit 1997, u fut në treg Revista *Klan*, e para e përjavshme serioze dhe e stilit perëndimor, e cila revolucionarizoi apo transformoi krejtësisht pamjen e të përjavshmeve shqiptare. Po ashtu vlen të përmenden edhe revistat *Spektër* dhe *Biznesi*, botime të të njëjtit grup mediatik të *Shekulli*. Revista *Spektër* (1999) u shqua për një tematikë në përputhje me natyrën e revistave, duke i kushtuar rëndësi të veçantë fotografisë dhe dizajnit. Për t'u shënuar është edhe revista *Mapo* (2007), e cila në momentin kur doli u shfaq si një risi në tregun shqiptar të shtypit. U vu re një rritje e numrit të revistave që trajtonin kryesisht aspektet e gruas, ku veçojmë *Femra moderne* dhe *Jeta*, si dhe revistat kulturore dhe të specializuara si: *Aleph*, *Mehr Licht*, *Përpjekja*, kjo e fundit me karakter më pak letrar dhe një diapazon më të gjerë që rrok historinë, filozofinë, sociologjinë.

Kemi në këtë periudhë një lloj stabilizimi të tregut të shtypit. Katër gazeta: *Panorama*, *Shekulli*, *Gazeta Shqiptare* dhe *Shqip* u shndërruan në gazetat më të rëndësishme në tregun e shtypit të shkruar në Shqipëri. Nga katër gazetat që mbizotëronin tregun tre prej tyre, që kishin edhe tirazhin më të lartë në treg, ishin gazeta të tipit gjeneralist: *Shekulli*, *Panorama*, *Shqip*, kurse *Gazeta Shqiptare* përzierje e të dy llojeve. Përveç gazetave të mësipërme në tregun shqiptar të kësaj periudhe kishte edhe gazeta të tjera informative të përgjithshme si: *Koha Jonë*, *Standard*, *Tema*, *Sot*, *Metropol*, *Albania*, *Ballkan*. Pjesa tjetër e shtypit përbëhej nga gazeta opinionit dhe të specializuara.

Hyrja në epokën e internetit

Futja e gazetave në internet nisi që në vitin 1997 e në vijim, kur kjo u bë e mundur nga bizneset private apo Albtelekomi. Lidhja me internet kishte kosto të lartë në fillim, por me kalimin e kohës çmimi ra, gjë që ndikoi në

uljen e kostove në gazeta. Pas vitit 1997, shumë gazeta nuk kryen abonimet e tyre në ATSH (Agjencia Telegrafike Shqiptare), e cila ishte i vetmi burim për lajmet e jashtme. Gazetat mund të shfrytëzonin internetin për këtë qëllim. Po ashtu disa gazetat që përdornin shërbimet e Reuters ose AFP për shkrime dhe fotografi e ndërprejnë një abonim të tillë, për shkak se foto dhe materiale të tjera tani mund të merreshin falas nga interneti. Futja e gazetave online dhe mbulimi me internet përherë e më i lartë, zhvendosi një fashë të gjerë të lexuesve nga varianti print në atë elektronik, gjë që çoi në uljen e tirazheve të gazetave të shtypura, problem ky jo vetëm për median e shkruar shqiptare.

Ky pozicion i ri i shtypit të shkruar, pas futjes masive të përdorimit të teknologjisë në jetën e njerëzve, shtroi nevojën e një ridimensionimi nga ana e tij në kushtet e reja, duke gjetur elemente të reja mbijetese dhe metamorfoze.

Ndër problematikat e shtypit të shkruar sot, përveç përshtatjes me kushtet e reja, veçojmë edhe rënien e besueshmërisë, komercializmin dhe klientelizmin e tij. Rënia e besueshmërisë është e lidhur ngushtë edhe me dobësimin e nivelit profesional të gazetarisë, por edhe me tendencat e forta klienteliste në media, edhe pse shtypi nuk është sektori i vetëm që e vuan këtë problem. Nga ana ekonomike, një problem veçanërisht i madh për shtypin ka qenë dhe mbetet optimizimi i rrjetit të shpërndarjes, në një kohë që gati gjysma e vendit nuk mbulohet nga ky rrjet. Tirazhet e gazetave priren të ulen nga viti në vit, ndërkohë që të gjitha studimet për tregun e reklamave dëshmojnë se reklamuesit po i largohen gjithnjë e më shumë shtypit duke u shpërngulur në median online. Këto prirje kanë vështirësuar mbijetesën në treg të shtypit, duke i detyruar gazetat të ulin kostot në maksimum, ndërkohë që disa prej tyre thjesht kanë kaluar online. I gjithë ky proces është shoqëruar me një rënie drastike në numrat e gazetarëve në redaksi, duke sjellë një mbingarkim të gazetarëve, por edhe një rënie të mëtejshme të cilësisë profesionale. I gjendur në këtë rreth vicioz, mes mundësive gjithnjë e më të pakta ekonomike dhe rënies së cilësisë, e ardhmja e shtypit në Shqipëri mbetet në pikëpyetje, duke reflektuar edhe prirjen globale të problemeve të shtypit në përgjithësi.

II. PEIZAZHI I TRANSMETUESVE AUDIOVIZIVË NË SHQIPËRI

Lindja e televizioneve private në Shqipëri (1995-2000)

Nëse do t'i hedhim një vështrim dukurisë së lindjes së televizioneve private në Shqipëri, më 25 dhjetor 1995 nisi transmetimet e para Shijak TV, datë kjo që shënoi lindjen e televizionit të parë privat në Shqipëri. Programi i parë që u transmetua në Shijak TV, në formatin e transmetimit VHS, ishin filmimet me një kamera amatore në disa shkolla 8-vjeçare, ku fëmijët festonin Krishtlindjet dhe Vitin e Ri. Që nga ky moment e deri në nëntor të vitit 1998, Shijak TV e zhvendosi studion qendrore në Tiranë dhe kaloi nga sistemi VHS në Super VHS dhe Beta. Pas transferimit, televizioni numëroi edhe studiot në Shijak, Durrës, Kavajë dhe Lezhë, me një personel prej 19 punonjësish me kohë të plotë, nga të cilët 7 prej tyre ISHIN gazetarë.

Telenorba Shqiptare, me qendër në Bari të Italisë, nisi transmetimet diku nga mesi i vitit 1995, megjithatë TNSH-ja, pjesë e Telenorba Italia, mori autorizimin zyrtar për të transmetuar në Shqipëri nga qeveria shqiptare, në prill të vitit 1996, muaj që shënoi zyrtarisht lindjen e këtij televizioni privat në vend.

Në fund të vitit 1995⁷, u themelua studioja e parë e prodhimit "Gjeli Vizion", në pronësi të Agim Buxhelit. "Gjeli Vizion" ishte një studio televizive prodhimi e lëvizshme, që mundësonte një transmetim me katër kamera.

Në rend kronologjik, në këtë periudhë kohore kemi hapjen e këtyre kanaleve televizive: Shijak TV më 25 dhjetor 1995; televizioni i dytë privat Antena Jug në Gjirokastrë më 21 prill 1996; Alba TV, televizioni i parë që nisi transmetimet në kryeqytet në maj të 1996; TVA në Tiranë dhe TV Rozafa në Shkodër në dhjetor 1996; Teuta TV në Durrës në mars të 1997; TV Klan në tetor 1997; TV Koha në nëntor 1998; Vizion TV në nëntor të 1999 në Tiranë etj⁸.

Me miratimin e Ligjit nr. 8401, datë 30.9.1998 "Për Radion dhe Televizionin publik dhe privat në Republikën e Shqipërisë", dhe ngritjen e Këshillit Kombëtar të Radios dhe Televizionit (KKRT), sot (AMA), Kuvendi i Shqipërisë legalizoi transmetuesit e parë privatë në vend. Deri në këtë periudhë të

⁷ <https://al.ejo-online.eu/media-dhe-politika/lindja-e-televizioneve-private-ne-shqiperi>

⁸ Ibid.

miratimit të këtij ligji, në Shqipëri ishin hapur gjithsej 31 televizione private dhe dy studio prodhimi, pjesa më e madhe e të cilave u licencua në tetor-dhjetor 2000.

Dy janë dukuritë më të spikatura në peizazhin e transmetuesve audio-vizivë të kësaj periudhe në Shqipëri. E para ka të bëjë me shndërrimin e televizionit nga shtetëror në publik, ndërsa e dyta lidhet me liberalizimin e tregut dhe lindjen e televizioneve të para private, një pjesë e mirë e të cilave në mënyrë të jashtëligjshme⁹.

Televizionet ndryshojnë jo vetëm nga statusi i transmetimit, por edhe nga formati që ato zgjedhin si transmetues. Në Shqipëri kemi transmetues audiovizivë gjeneralistë, që ofrojnë një strukturë programore me një spektër të gjerë programesh: informacione, programe të karakterit politik, social apo kulturor, dokumentarë, filma, muzikë, sport. Ndërsa një format tjetër transmetimi është ai i transmetuesit tematik. Ato mund të jenë vetëm informativë, ose vetëm muzikorë, por ka edhe transmetues me program miks, informativë dhe me programe.

Në pjesën dërrmuese të rasteve, deri në vitin 2000, televizionet u hapën pa një projekt të mirëfilltë dhe pa qenë të specializuar për një nismë të tillë. Këtu mund të përmendim mjediset në të cilat këto televizione u ngritën, ku në 75% të rasteve rezultoi të ishin përshtatur në apartamente, kate vilash të marra me qira, etj.

Përsa i përket fuqisë ekonomike, stafit dhe teknologjisë së përdorur vihet re që deri më 1999, vetëm tre stacione nga mbi 30 ekzistues kishin një personel të përhershëm me mbi 35 vetë, katër stacione me rreth 20-25 vetë, ndërsa pjesa tjetër kishin personel shumë më të vogël se atë. Megjithatë, këto të dhëna duhet të merren me rezerva, pasi ato bazohen në deklaratimet e vetë pronarëve, të cilët një pjesë të mirë të stafit e punësonin në të zezë, të deklaruar si part-time.

Pjesa më e madhe e operatorëve i kanë nisur transmetimet e para me kamera amatore VHS dhe, më pas, kanë kaluar në një sistem gjysmë profesional Umatik apo SVHS. Në vitin 1999, vetëm TV Klan, TNSH dhe Alba TV, kishin tërësisht një sistem transmetimi profesional Beta, ndërsa pjesa tjetër e televizioneve operonte me sisteme gjysmë profesionale.

Të ardhurat e një televizioni përmes reklamave deri në fund të vitit 1998 ishin të pamjaftueshme për të nxjerrë shpenzimet e një televizioni, sidomos në rrethe.

⁹ <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2017/04/Dotoratura-Ramadan-%C3%87ipuri.pdf>

Nga viti 1995 deri në fund të 1999-ës u vu re një mungesë serioze e personelit me përgatitje apo përvojë në televizion. Ndonëse ka punonjës të TVSH-së të cilët ndihmuan privatisht disa stacione, shumica e stafit nuk kishte ndonjë trajnim apo specializim në këtë fushë. Vërehet një mungesë e theksuar njohurish në përdorimin me efikasitet të pajisjeve që zotërojnë, ndërsa pjesa më e madhe e teknikëve në këtë periudhë kishin mbaruar inxhinieri elektrike.

Sa i përket gazetarëve, pjesa dërrmuese e tyre vinin kryesisht nga gazetatat ose nga bankat e shkollave të degëve gjuhë-letërsi, ekonomik dhe më vonë gazetari.

Në këtë periudhë, pjesa më e madhe e programacionit 24-orësh mbushej, në një mesatare të mbi 30 televizioneve, me 7 orë transmetim në gjuhën shqipe, ndërsa pjesa tjetër me lidhje të drejtpërdrejta me kanalet e huaja që në mbrëmje vonë e deri të nesërmen në mëngjes.

Televizionet e para kombëtare

Më 14 nëntor 2000 KKRT-ja dha licencat e para kombëtare televizive, përkatësisht për TV Arbëria dhe TV Klan. Ndryshe nga pjesa më e madhe e televizioneve të tjera private, Tele-Arbëria nisi transmetimet me program 24 orë, pa ndërprerje, dhe valët e tij mbulonin vetëm kryeqytetin. Programi i TVA-së në nisje të tij ka pasur karakter artistik.

Televizioni Klan, operatori i dytë që u licensua nga KKRT-ja në fund të vitit 2000 si televizion kombëtar, nisi transmetimet e para në Tiranë, më 25 tetor të vitit 1997. Ndryshe nga stacionet e tjera, ky kanal filloi transmetimin me sistemin Super VHS me një programacion vetëm me filma, por pa përkthim. Në qershor të 1998-ës, ky televizion nisi të ndryshonte gjithë sistemin e transmetimit në Beta. Krahas teknologjisë së përparuar në raport me kanalet konkurrenente, televizioni Klan u prezantua në treg me 24 orë program, nga të cilat 7 orë e gjysmë transmetim në gjuhën shqipe. Deri në këtë kohë ky televizion transmetonte dy edicione lajmesh, në orën 19 e 30 dhe 23.00, por më pas e ndryshoi programacionin me 4 edicione lajmesh. Klan TV kishte një personel prej 41 punonjësish, nga të cilët 14 gazetarë dhe kameramanë. Sipas KKRT, TV Klan mbulonte 40.91% të territorit të Shqipërisë.

Gjatë viteve që pasuan u vu re një konfigurim i tregut, si rrjedhojë e largimit të një transmetuesi kombëtar për shkak të falimentimit, siç është rasti i televizionit kombëtar Arbëria në vitin 2008.

Top Channel është televizioni tjetër kombëtar, i themeluar në 30 korrik 2001, me një plan ambicioz, siç thuhet në faqen zyrtare të tij, “për të qenë televizioni i të gjithë shqiptarëve përmes trekëndëshit: informim, argëtim, edukim”. Top Channel nisi për herë të parë transmetimet në 20 dhjetor 2001 dhe përparoi shpejt në peizazhin e atëhershëm të medias shqiptare, falë punësimit të një stafi të rëndësishëm krijuesish e gazetarësh, si dhe përdorimit të teknologjisë së re dhe ideve inovative në programim dhe në shpërndarje. Më 10 maj 2009, Top Channel nisi transmetimet në teknologjinë HD, me finalen e ‘Top Fest 6’, duke u bërë televizioni i parë në Shqipëri dhe rajon që solli këtë risi.

Vizion Plus i filloi transmetimet e para në vitin 1999, fillimisht si televizion që transmetonte në nivel lokal, për ta zgjeruar më tej zonën e transmetimit. Televizioni u pajis me licensë kombëtare në vitin 2008 dhe në vitin 2016 mori nga AMA një prej 5 licensave kombëtare private për transmetimet numerike. Vizion Plus gjithashtu nisi të transmetonte programet e tij edhe nëpërmjet transmetimit satelitor, si dhe nëpërmjet platformës së transmetimit numerik tokësor Tring. Përgjatë viteve Vizion+ ka eksperimentuar me formate të ndryshme programesh, duke sjellë një gamë të gjerë përmbajtjeje për publikun.

Platformat dixhitale tokësore dhe satelitore

Transmetimi numerik në Shqipëri erdhi si një mik i paftuar e i paparashikuar, as nga ligji e as nga rregullatori. Platforma e parë dixhitale tokësore, Digitalb, nisi transmetimin më 15 korrik 2004, mes kundërshtimesh të forta si nga rregullatori, ashtu edhe nga stacione të tjera televizive, si dhe në kushtet e mungesës së rregullimit ligjor.

Pati shumë debate në lidhje me rregullimin ligjor të këtyre kompanive, ku u përfshinë autoriteti rregullues, Parlamenti, organizatat ndërkombëtare dhe përfaqësuesit e medias. Megjithëse ishin “të jashtëligjshëm” në aspektin e legjislacionit të medias, operatorët dixhitalë u bënë një realitet i qëndrueshëm dhe konkurrues në peisazhin mediatik shqiptar. Kuadri ligjor për transmetimet dixhitale u miratua në verën e vitit 2007, por ky kuadër do të rishikohej më tej, me miratimin e ligjeve dhe rregulloreve të tjera.

Edhe pse në këtë situatë të paqartë ligjore, platforma Digitalb e vazhdoi përhapjen e saj dhe përgjatë katër vjetëve të parë shënoi një rritje me mbi 120.000 abonentë brenda dhe jashtë vendit, sipas të dhënave të kompanisë.

Gjithashtu u futën në transmetim edhe tre platforma dixhitale, Sat+, Tring dhe Supersport. Supersporti është pjesë e platformës Digitalb.

Menjëherë pas Digitalb, një tjetër kompani, SAT+, doli në treg, por ajo nuk zgjati shumë. Multipleksi i dytë, Tring TV, hyri në treg në 2008. Tring është platformë dixhitale tokësore dhe satelitore nga Tring TV Sh.a.

Tring filloi transmetimet dixhitale në vitin 2008 dhe mbulon me sinjal televiziv tokësor qytetet kryesore të Shqipërisë. Në satelit, Tring mund të gjendet në të gjithë Shqipërinë, në Europë, si dhe ndërkombëtarisht përmes shërbimit My Tring IPTV. Platforma Tring është pjesë e EdilAl Group së bashku me televizionin kombëtar Vizion Plus HD dhe kanalin Living HD. Në vitin 2012 Tring kaloi disa kanale në teknologjinë HDTV.

Pas një procesi të gjatë rregullimi ligjor, diskutimesh, pas ndryshimi të disa prej rregullave fillestare, si dhe disa proceseve gjyqësore, në vitin 2016 u miratuan përfundimisht licensat numerike kombëtare për “Top Channel”, “TV Klan,” “Digit-Alb” dhe më vonë dhe Vizion Plus. Në 2017 iu dha licensa dhe kompanisë ADTN, e cila zotërohet gjithashtu 100 % nga Digit-Alb.

Televizioni publik shqiptar nga fillesat te dixhitalizimi

Televizioni publik shqiptar, TVSH, ka filluar transmetimet e tij të para në 29 prill 1960, duke mbuluar me sinjal vetëm një pjesë të vogël të qytetit të Tiranës. Në vitin 1966 sinjali i TVSH-së arriti edhe në qytetin e Durrësit¹⁰. Pas viteve '90 iu nënshtrua një procesi rrënjësor reformimi për t'u kthyer në një transmetues me funksione të mirëfillta publike. Ky reformim parashikonte krijimin e një shërbimi të pavarur, të ekuilibruar dhe të paanshëm në dhënien e informacionit, në ofrimin e programeve të thelluara në çështje të politikës së brendshme e të jashtme, në prodhimin e produkteve televizive ku të pasqyrohej jeta bashkëkohore shqiptare. Në funksionin e transmetuesit publik TVSH duhet të ndihmojë në formimin e identitetit kombëtar dhe të krijojë një emërues të përbashkët për tërë popullsinë. Në cilësinë e transmetuesit publik, TVSH duhet të ofrojë programet më të mira për fëmijët si për moshën parashkollore po ashtu edhe shkollore. Gjithashtu TVSH duhet të jetë transmetuesi kryesor publik i veprimtarive sportive kombëtare dhe ndërkombëtare me pjesëmarrje shqiptare. Duhet të synojë blerjen e programeve cilësore evropiane për televizionin.

¹⁰ <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2018/09/doktoratura-Raimonda-Nelku.pdf>

Nga viti në vit, në TVSH vërehet rritje edhe e kohës së transmetimit të programeve me natyrë politike, ato janë pothuajse dyfishuar në totalin e kohës së transmetimit të tyre. Tendenca rritëse është e lidhur sidomos edhe me transmetimet e drejtpërdrejtë të seancave parlamentare të cilat rrisin shumë kohën në dispozicion të programeve me natyrë politike.

Në strukturën e programacionit të TVSH, evidentohen programe të tjera të ndërtuara në studiot dhe me kapacitetet profesionale të vetë TVSH-së. Ndër vite, TVSH ka pasur disa programe që janë bërë ikona të programacionit televiziv shqiptar. Përmendim këtu “Trupi dhe shëndeti”, “Hapësirë e Blertë”. Programet e mëngjesit “Jo vetëm kafe”, “Kafeja e së dielës” dhe “Mirësevjen” janë vendosur në strukturën programore të TVSH ndër vite dhe kanë sjellë përmbledhjen e shtypit, aktualitetin e ditës, muzikë dhe informacione të formatuara për natyrën e emisioneve në mëngjes¹¹.

Si pjesë e detyrimit të saj ligjor, TVSH ka pasqyruar edhe aktivitetet kryesore të të gjitha institucioneve fetare të njohura nga ligji.

Struktura e redaksisë së fëmijëve dhe rinisë, e trashëguar që para viteve '90, i dha TVSH-së një avantazh konkurrues ndaj kanaleve private televizive në drejtim të programacionit dhe mundësive për prodhimin e emisioneve për fëmijë, ku përmendim Mini Mini show, Troç, etj.

Procesi i implementimit të projektit të dixhitalizimit të transmetimeve të TVSH, ishte një tjetër risi në përmirësimin e shërbimit publik, duke ofruar 12 kanale televizive, si dhe mbështetje të duhur për operatorët lokalë. Nisja e transmetimeve dixhitale për RTSH ishte një sfidë më vete, si përsa i përket rregullimit ligjor, ashtu edhe procedurës së tenderimit dhe financimit. Në të njëjtën kohë, ky proces përbënte dhe një mundësi që RTSH të ndërtonte një programacion më të mirë dhe të përmirësonte ndjeshëm përhapjen dhe cilësinë e sinjalit. Për momentin platforma dixhitale e RTSH transmeton në 12 programe. Tre prej tyre janë të natyrës së përgjithshme, kurse të tjerat janë kanale tematike me përmbajtje të ndryshme si filma shqiptarë, programe kulturore, sportive, programacion për fëmijë, programe edukative, lajme, etj. RTSH-2 transmeton lajme në pesë gjuhë të pakicave kombëtare: arumune, greke, maqedonase, rome dhe serbe. Po kështu, në platformë përfshihen dhe dy degë lokale të RTSH, TV Gjirokastra dhe TV Korça. RTSH është aktivizuar më shumë edhe në konkurset për marrjen e të drejtave televizive sportive, dhe në vitin 2018 transmetoi falas për shqiptarët të gjitha ndeshjet e kampionatit botëror të futbollit, si dhe ka bërë përpjekje për të transmetuar më shumë ngjarje sportive ndërkombëtare falas në platformën e saj.

¹¹ Raporti vjetor i RTSH 2018, <https://www.rtsh.al/raporti-ekonomiko-financiar/>

Në vitin 2016 radio televizioni publik (RTSH) miratoi kodin apo rregulloren e parë të brendshme të punës, Parimet Editoriale të RTSH. Udhëzimet e kodit u bazuan mbi rregullat e sjelljes të BBC-së dhe rregullat editoriale të radio televizionit publik të Sllovenisë. Parimet editoriale janë munduar të krijojnë një listë sa më shteruese rreth dilemave etike në punën e RTSH-së, madje hartuesit e saj janë marrë deri në detaje dhe me raste që nuk mbulohen nga Kodi e Etikës. Udhëzimet e Parimeve mbulojnë disa fusha si: standardet editoriale dhe profesionale, diversitetin dhe raportimin e ekuilibruar, fushatat elektorale, raportimin mbi politikën dhe Kuvendin, standardet e prodhimit, marrëdhëniet me autoritetet shtetërore, imitimi dhe sjelljet antishoqërore, raportimi investigativ, shpjegimi dhe qartësimi i informacionit, respektimi i vlerave dhe ndjenjave të publikut, programet me interes të veçantë për grupe të caktuara, paraqitja e grupeve të veçanta sociale, fëmijët dhe të miturit në programet e RTSH-së, etj.

III. ECURIA E RADIOVE

Vështrim i shkurtër historik

Transmetimet radiofonike në Shqipëri kanë një histori më shumë se 75-vjeçare. Gjatë zhvillimit të tyre këto transmetime janë përshtatur për t'iu përgjigjur kërkesave dhe rrethanave në etapa të caktuara. Këto ndryshime kanë qenë të lidhura jo thjesht me përmirësimin e parametrave teknike dhe teknologjike, por edhe me përshtatjen me një peizazh mediatik në ndryshim të vazhdueshëm, si dhe me qasjen ndaj informacionit dhe balancimin e tij me programacionin zbavitës. Sfidë për këtë sektor mbetet pozicionimi në treg, përballë një konkurrence në rritje nga sektorët e tjerë mediatikë, kryesisht televizioni.

Dy kapërcimet më thelbësore në tregun radiofonik shqiptar janë evidentuar, së pari, në pjesën dytë të vitit 1994, dy dekada më parë, kur për dëgjuesit, krahas stacioneve tradicionale si Radio Tirana, apo filialet e saj në Korçë, Gjirokastrë, Shkodër dhe Kukës nisi të ofrohej mundësia e sintonizimit dhe në frekuenca të reja private, alternativa transmetimi, të cilat brenda një kohe të shkurtër u zgjeruan në rajone të ndryshme të vendit, si dhe përmirësuan shërbimet e tyre për audiencën; së dyti, në fund të vitit 2006 dhe në fillim të vitit 2007 kur operatorët radiofonikë shqiptarë kthyen vëmendjen nga oferta virtuale,

duke nisur modifikimin e produkteve që ato të kapeshin nga ndjekësit me vlerë të shtuar, jo vetëm on air, por dhe online, si premisë për orientimin nga multimedia¹².

Të dyja kapërcimet kanë dhënë impakt të padiskutueshëm në tregun e transmetimeve radiofonike në Shqipëri. Nga njëra anë, radiot private komerciale ose jo komerciale ishin dhe mbeten në rolin e gjeneratorit të përmirësimeve teknike dhe teknologjike në studio dhe jashtë saj, element që nxit konkurrencën brenda tyre, por dhe mes sektorit publik dhe privat. Produkti radiofonik që deri atëherë sillej rreth të famshmit shirit magnetik, me hapa të shpejtë modernizoi proceset “artizanale” dhe me “shumë duar”, duke i zëvendësuar ato me operacione që filluan të kryhen përmes kompjuterave dhe soft-eve të avancuara në ambientet e punës së gazetarëve të radios, ku lënda e regjistruar shfaqej edhe në ekran dhe manipulimi deri në detaj realizohej nga komandat në tastierë.

Radioja dhe përhapja në shkallë të gjerë e internetit

Nga ana tjetër radioja, si pjesa tjetër e medias, s’kishte si t’i shpëtonte efekteve revolucionare të përhapjes në shkallë të gjerë të përdorimit të internetit. Si kudo, edhe në Shqipëri, zhvillimet teknologjike e detyruan radion që të përshtatet, duke nxjerrë në pah karakterin konvergues, me tipare sjelljeje si ato të mediave të tjera, duke iu përgjigjur trendeve të mënyrave të reja në konsumimin e informacionit ndërveprues, zbavitjes dhe reklamimit. Faqja online apo aktivizimi në forumet e mediave sociale i ka orientuar redaksitë radiofonike gjithnjë e më shumë drejt produktit multimedial, transmetimin në dy pista, on air & online, duke e pasuruar versionin klasik valor, vetëm të zëshëm edhe me pamje, në formën e teksteve, fotove, videove, animimeve etj.

Stacioni i parë privat në Shqipëri, Radio Vlora, nisi nga transmetimet më 17 nëntor 1994. Ky është një ndër momentet shumë të rëndësishme në historinë e radios shqiptare, sepse shënoi fillimin e rënies së monopolit shtetëror në këtë sektor. Vetëm në një hark kohor dyvjeçar, 1997-1998, në Shqipëri u themeluan 31 radio private, pjesa më e madhe e të cilave në kryeqytet¹³.

Stacioni historik Radio Tirana dhe degët e saj lokale në Korçë, Gjirokastrë, Shkodër dhe Kukës u gjendën përballë një konkurrence të fortë në atë

¹² <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2015/05/Doktoratura-Ar-ben-Muka-Fakulteti-i-Histori-Filologjise-Departamenti-i-Gazetarise.pdf>

¹³ <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2015/05/Doktoratura-Ar-ben-Muka-Fakulteti-i-Histori-Filologjise-Departamenti-i-Gazetarise.pdf>

periudhë, sidomos në aspektin teknologjik. Në treg kishte hyrë me pretendime të mëdha, Top Albania Radio, TAR, me një inventar teknik, ndër më të fundit në treg, me koncepte revolucionare të të bërit gazetari radiofonike, duke u kthyer në një lloj “udhërrëfyese” për stacionet e tjera, duke u dalluar për gjallërinë para mikrofonit, kurimin e spoteve identifikuese, mënyrën e realizimit të reklamave, përzgjedhjen muzikore etj. Një konkurrent i saj i denjë shumë shpejt u bë edhe Club FM.

Për herë të parë në Shqipëri, ra monopoli i përcjelljes tërësore të proceseve zgjedhore nga RTSH. Një stacion privat, Radio Koha, dhjetë ditë pas themelimit, duke shfrytëzuar reporterët e gazetës Koha Jonë, që ishte brenda të njëjtës kompani mediatike, raportoi nonstop zhvillimin e zgjedhjeve parlamentare të 29 qershorit 1997, nga Tirana dhe rrethet kryesore të Shqipërisë.

U zgjerua dhe harta e transmetimeve në qytete të ndryshme të vendit, si në Krujë, Gjirokastrë, Durrës, Memaliaj, Gramsh, Kavajë, Korçë etj. Masivizimi i stacioneve radiofonike ndodhi dhe për shkak të vakumit ligjor.

Situata dhe problematika e sotme

Aktualisht në Shqipëri emetojnë 64 stacione radiofonike, 6 prej të cilave kanë status publik (Radio Tirana, Radio Tirana 2, Radio Korça, Radio Gjirokastra, Radio Shkodra dhe Radio Kukësi), kurse pjesa tjetër janë operatorë privatë¹⁴.

Në fund të vitit 2006 dhe në fillim të vitit 2007 stacionet radiofonike në Shqipëri nisën të kujdesen dhe të orientohen për nga produkti online, një shërbim ekstra për redaksitë, në përputhje me prirjen globale, krahas përmbushjes së detyrës klasike: transmetimin e programeve në versionin valor. Megjithë zhvillimin e vrullshëm teknologjik, mobilitetin, ndryshimin e sjelljes konsumatore për arritjen e programeve audio, si dhe gjallërimin e mediave të reja, pronarët dhe menaxherët e stacioneve shqiptare duken ende në pozita konservatore, duke u fokusuar më shumë tek transmetimi valor on air.

Rreth 35 % e stacioneve radiofonike ende nuk kanë një faqe online, kryesisht për arsye të pamundësisë financiare dhe për shkak të pengesave që vijnë nga problematika e funksionimit të radiostacionit. Kurse në rreth 10% të radiove vijohet të konsiderohet si i padobishëm hapja e një website¹⁵.

Përmbajtjet në faqet online të radiove shkarkohen në mënyrë spontane, në pjesën më të madhe pa ide dhe kreativitet. Nga radiot që kanë faqe online

¹⁴ Lista e OSHMA, AMA, ama.gov.al

¹⁵ <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2015/05/Doktoratura-Ar-ben-Muka-Fakulteti-i-Histori-Filologjise-Departamenti-i-Gazetarise.pdf>

funkcionale, vetëm në rreth 20% të tyre ka editor ose ekip që angazhohet për menaxhimin e lëndës që publikohet në internet. Tek të tjerat këtë proces e mbulojnë pjesëtarë të redaksisë. Në një pjesë të redaksive të radiove nuk është kuptuar se forma, përmbajtja dhe stili i tekstit që transmetohet on air duhet të jenë të ndryshme nga përmbajtjet që vendosen në internet.

Profili i gazetarit multimedial nuk është kuptuar ende, pasi shumë pak prej gazetarëve angazhohen për të ofruar foto e video që shoqërojnë tekstet e publikuara në versionin online.

Në procesin e kalimit të transmetimeve audiovizuale nga sistemi analog në atë numerik, Shqipëria përmbushi jo vetëm interesat dhe kërkesat e publikut, por njëkohësisht realizoi dhe standardet ndërkombëtare, duke qenë në sinkron dhe me ecurinë e asaj që ndodh në tregun global.

IV. ZHVILLIMET E MEDIAS ONLINE

Risitë dhe problemet që ndeshen

Peizazhi i mediave online ka lulëzuar në vitet e fundit, megjithëse askush nuk mund të thotë me siguri se cili është numri i saktë i mediave online në vend. Në të njëjtën kohë, nuk është e lehtë të identifikohen personat që punojnë në këto media online, si dhe aspekte të tjera që lidhen me to. Rritja e përhapjes së internetit në popullsi dhe përdorimi i lartë i telefonisë celulare ka përshpejtuar më shumë hapjen e mediave online. Fakti që “migrimi dixhital” i gazetarëve më të njohur ose të paktën një prani e pjesshme e tyre në mediat online është kthyer në normalitet është një tregues se sa tërheqëse apo të volitshme janë mediat online. Në të njëjtën kohë, zhvillimi i mediave online ka rritur mundësinë që mediat t’u drejtohen grupeve më të profilizuara, duke mbuluar fusha më specifike sesa ato të mediave të përgjithshme.

Kur bëhet fjalë për burimet profesionale, mediat online nuk ndryshojnë nga pjesa tjetër e mediave, duke vuajtur mungesën e stafit dhe ngarkesën e punës, përballë konkurrencës në rritje nga kolegët e tyre. Në këtë kontekst, media online, si media tradicionale, tregon tiparet e një gazetarie që gjithnjë e më shumë po shkon drejt gazetarisë së zyrës dhe po i largohet gjithnjë e më shumë raportimit në terren¹⁶.

¹⁶ Instituti Shqiptar i Medias, “Peizazh i medias online në Shqipëri,” 2018.

Një nga problemet më të mëdha për ekzistencën dhe qëndrueshmërinë e mediave online në Shqipëri është sigurimi i financimit. Jo vetëm në Shqipëri, por edhe në vende të tjera, mediat online nuk ishin në gjendje të parashtronin një model të qartë dhe të përcaktuar ekonomik. Edhe pse shumica e mediave online ishin optimiste për të ardhmen e tyre financiare, rruga drejt një modeli të qëndrueshëm ekonomik mbeti ende e panjohur. Megjithatë, është e rëndësishme të theksohet gjithashtu se për herë të parë në vitin 2017, të ardhurat nga reklamat për mediat online kanë tejkaluar të ardhurat e medias së shkruar. Një tjetër burim modest i të ardhurave për mediat online në Shqipëri ka qenë donacionet nga donatorë të huaj ose vendas. Megjithatë, praktika tregon se donacionet mund të ndihmojnë si pikënisje, por ato nuk janë zgjidhja.

Në mënyrë të ngjashme me mediat tradicionale, mediat online punojnë me personel të kufizuar, i cili nuk është gjithmonë i trajnuar profesionalisht. Presioni për të përshpejtuar procesin e publikimit të lajmeve në garë me konkurrentët dhe burimet e kufizuara njerëzore kanë çuar në një situatë ku saktësia e lajmeve shpesh bie viktimë. Për më tepër, lufta për disa klikime më shumë ka forcuar më tej tendencën për të përdorur sensacionalizmin si një mënyrë për të tërhequr vëmendjen, ndërsa mungon përmbajtja. Në të njëjtën kohë, ekziston një distancim i dukshëm nga burimet e informacionit, shpesh duke preferuar realitetin virtual në raportimin në terren, megjithëse kjo prijë vërehet edhe në mediat tradicionale.

Sjellja etike e mediave online është një nga aspektet më të diskutuar në debatin publik në lidhje me mediat, ndonjëherë duke çuar në propozime për zgjidhje ligjore. Edhe pse përpjekjet e tilla kanë rezultuar të pasuksesshme për momentin, është e qartë se presioni mbi këtë front është në rritje dhe përpjekje të vetë-rregullimit nga mediat do të ishin të preferuara. Mungesa e detyrimeve ligjore ose mekanizmave vetërregullues për të mbikëqyrur sjelljen etike, si dhe praktika e copy-paste janë ndër aspektet që ndikojnë më thellë në profesionalizmin e medias online¹⁷.

Zhvillimet në gazetarinë online kanë qenë të lidhura me zhvillimet në internet, i cili përfaqëson infrastrukturën teknologjike të kësaj gazetarie. Deri në fund të vitit 2019 numri i personave me akses broadband në rrjetet celulare në vend arriti në 1,789,158, ndërkohë që aksesit broadband nga rrjete fikse ishte 273,435 abonentë¹⁸. Aktualisht mund të thuhet se Shqipëria ka një nivel aksesit në internet që është i krahasueshëm me aksesin në shumë vende të Europës Perëndimore.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ AKEP, "Treguesit Statistikorë të Tregut të Komunikimeve Elektronike," 2020, https://akep.al/wp-content/uploads/2019/01/Raport-T4_2019.pdf

Dukuria e migrimit dixhital

Fillimet e medias online karakterizohen nga hedhja online e materialeve të medias tradicionale. Format fillestare kanë qenë thjesht një transplantim mekanik i varianteve print në variante online. Me kalimin e kohës faqet e medieve kryesore tradicionale u pasuruan me elemente pamorë dhe përmbajtjesorë karakteristike për mjedisin online.

Siç u përmend më lart, një nga prirjet më të dukshme të peizazhit mediatik online është dukuria e migrimit dixhital. Për shkak të kostove më të ulëta, por ndoshta edhe pavarësisë më të madhe editoriale, shumë gazetarë të mirënjohur kanë krijuar portalet e tyre të lajmeve. Edhe pse shumica e tyre shfaqen në TV ose botojnë editoriale në shtyp, ekziston një tendencë e qartë ndaj migrimit dixhital, gjë që konfirmon fuqizimin e mediave online në krahasim me ato tradicionale.

Rast i suksesshëm i migrimit në ueb¹⁹ mund të veçohet ai analistit Çim Peka, i cili më 1 qershor 2015 mori përsipër drejtimit e medias online *syri.net*, një nga mediat online që përpiqet të krijojë edhe përmbajtje origjinale lajmesh të krijuar nga stafi i vet. Një rast i ngjashëm i migrimit dixhital është edhe ai i gazetares dhe drejtueses së mediave tradicionale Anila Basha. Duke lënë angazhimet në këto media, në janar të vitit 2015 ajo iu bashkua që në themelim agjencisë online *newsbomb.al* dhe më vonë edhe *newsport.al*. Në disa raste të tjera të bujshme të migrimit dixhital, drejtues apo gazetarë të njohur janë shkëputur nga mediat tradicionale dhe kanë themeluar mediat e tyre online. Tipik në këtë tipologji është rasti i gazetarit dhe analistit të njohur, ish-kryeredaktor në disa media kombëtare, Sami Neza, cili themeloi *droni.al*. Në këtë tipologji, bien në sy dy nga analistët e njohur të TV dhe gazetave, Armand Shkullaku dhe Andi Bushati, të cilët pa ndërprerë angazhimin e tyre në mediat tradicionale, krijuan *lapsi.al*. *Lapsi.al* u lançua në shtator të vitit 2014. Një portal të vetin ka hapur edhe analisti Artur Zheji, i cili në maj 2016 themeloi portalin *360grade.al*. Në këtë panoramë online nuk mund të mungonin edhe emra të tjerë të njohur të mediave tradicionale, si *Blendi Fevziu*, *Rudina Xhunga*, përkatësisht me portalet *opinion.al* dhe *dritare.al*. Pasi u largua nga gazeta Mapo, Alfred Lela hapi portalin e tij, *politiko.al*, duke u fokusuar kryesisht në lajmet dhe analizat politike, duke u përpjekur të sjellë një model më të përqendruar të portalit të lajmeve, në vend që të mbulonte çdo temë të mundshme. Në mënyrë të ngjashme, Mira Kazhani krijoi median e saj online *tiranapost.al*, ku, si një risi, ajo është përpjekur të angazhojë personalitete

¹⁹ Të dhënat për këtë seksion bazohen në studimin e ISHM “Mediat Online në Shqipëri: legjislacioni, vetërregullimi, zhvillimet, tiparet dhe tendencat kryesore,” 2016.

publike në formën e rubrikave që ata mbajnë. Një tjetër media online në po këtë drejtim është ajo e vëllezërve Nazarko, *Konica.al*, dhe lista vazhdon me Enkel Demi dhe *27.al*, Ylli Rakipi dhe *tpz.al*, Arian Çani dhe *zoneelire.al*, Sokol Balla dhe *realstory.al*, Elvi Fundo dhe *cna.al*, Eni Vasili dhe *hapur.al*, Alfred Peza dhe *alpenews.al*, Skënder Minxhozi dhe *javanews.al*, etj.

Si një kategori më vete mund përmbliken edhe *Mediat dixhitale të lindura si të tilla* që dallohen për një adoptim të shpejtë të teknikave dixhitale dhe të risive operacionale²⁰. Ato janë jashtë ndikimit të rutinës dhe të praktikës së mediave tradicionale dhe janë më të lira e më të prirura të eksperimentojnë si në përmbajtje edhe në formë.

Në Shqipëri *mediat digjitale të lindura si të tilla* janë shfaqur pas vitit 2000, por për rreth një dekadë ato kanë qenë të pakta dhe tepër të brishta. Një nga rastet e suksesit dhe pioniere e tyre është *albeu.com*, e themeluar në korrik të vitit 2003. Gjatë këtij harku kohor, Albeu ia ka dalë që jo vetëm të mbijetojë, por edhe të shndërrohet në një media serioze online si dhe në një biznes mediatik të suksesshëm. Tre vjet pas *albeu.com*, në vitin 2006, do të themeloheshin edhe dy media të tjera të lindura mirëfilli në ueb, të cilat janë verifikuar gjithashtu si raste suksesi. Bëhet fjalë për *noa.al* dhe *ikub.al*, të cilat nisën si agregatorë të përmbajtjeve online të mbledhura nga uebi, por më vonë e zgjeruan veprimtarinë e tyre duke përfshirë edhe një mori shërbimesh online. Për njëfarë kohe kjo kategori e mediave online është parë me nënvleftësim nga mediat tradicionale dhe shpesh është konsideruar nga profesionistët e gazetarisë si joprofesionale, si abuzive dhe si portale që s'bëjnë gjë tjetër veçse përbashkojnë materialet e prodhuara nga të tjerët në internet. Ato janë akuzuar gjithashtu edhe për shkelje të së drejtës së autorit, për përmbajtje të lehtë dhe abuzive që ka si qëllim vetëm shtimin me çdo kusht të klikimeve dhe të numrit të vizitorëve. Por pavarësisht nga këto opinione *mediat digjitale të lindura si të tilla*, në rastet më të spikatura të tyre ia dolën të përmirësohen dhe jo vetëm kaq: një pjesë ia dolën edhe të dominojnë peizazhin e mediave online.

Një dukuri për t'u veçuar është edhe *Jetaoshqef.al*. Duke botuar kryesisht përmbajtje të orientuar nga argëtimi dhe interesi apo kërshtëria njerëzore, Jetaoshqef, me një emër të stilizuar në një format dialektor që rrezaton humor, zë një vend të spikatur në peizazhin e mediave online në Shqipëri. Përveç përmbajtjes së bazuar te *soft news*, kjo platformë bazohet gjithashtu në një masë të madhe edhe tek *user generated content*, pra te përmbajtja e gjeneruar nga vetë përdoruesit.

²⁰ Ibid.

Në linjën e prirjes drejt soft news, por edhe drejt informacionit të profilizuar është verifikuar edhe një trend tjetër në mediat shqiptare online: rritja e revistave online. Revistat online, në ndryshim nga agjencitë e lajmit online, nuk kanë prioritet lajmin më të fundit. Përgjithësisht informacioni i tyre nuk limitohet nga urgjenca kohore. Duke u populluar kryesisht me kategorinë e soft news si dhe me gjini të tjera të “informacionit të butë” që kanë të bëjnë me prirjet kulturore, me modën, botën e VIP-ave dhe të spektaklit, etj, revistat online përfitojnë pikërisht nga prirja dhe tërheqja që ekziston aktualisht në ueb për këtë kategori informacioni. Kjo kategori mediash është relativisht e pasur në Shqipëri, me media si *living.al*, *bordo.al*, *anabelmagazine.com*, *elegance.al*, *iconstyle.al*, *revistavip.al*, etj.

Në listën e revistave të suksesshme është padyshim edhe revista Monitor, e specializuar në fushën e ekonomisë *monitor.al* i themeluar në vitin 2006 nga Media Union. Përveç përmbajtjes së edicionit print, *monitor.al* boton herë pas here informacione për zhvillimet më të fundit në fushën e ekonomisë.

Cilat janë prirjet kryesore në mbulimin mediatik të mediave online? Cili është niveli i cilësisë së raportimit dhe informacionit dhe a respektohen standardet profesionale? Cilat janë problemet kryesore etike që hasen? Më poshtë është një analizë e tendencave kryesore të vërejtura përmes monitorimit të drejtpërdrejtë të vazhdueshëm të sektorit të medias online, duke u fokusuar kryesisht në portalet e lajmeve, si dhe bazuar në monitorime të mëparshme²¹.

- *Raportimi i shpejtë kundrejt raportimit të thelluar*

Gara për të qenë të parët për të përcjellë lajmin e fundit duket se është bërë prioritet për mediat online, ashtu si dhe për mediat tradicionale. Si rezultat, procesi i botimit të lajmeve është mjaft dinamik, me mediat që tentojnë të botojnë artikuj shumë të shkurtër, ndonjëherë edhe thjesht një paragraf, pa asnjë kontekstualizim. Ndërkohë që këta artikuj janë kthyer në normë në mediat shqiptare, mungojnë investigimet dhe raportimi më i thellë i medias.

- *Më shumë lajme, më pak informacion?!*

Edhe pse numri i lajmeve të botuara çdo ditë duket të jetë i lartë në shumë media në internet, kjo nuk do të thotë që informacioni që i ofrohet publikut është pasuruar. Meqenëse shumica e tregimeve apo postimeve konsistojnë në deklarata apo ngjarje që transmetohen nga një burim,

²¹ Informacioni në lidhje me prirjet e pasqyrimin mediatik në median online bazohet në raportin e ISHM. “Peizazh i medias online në Shqipëri,” 2018.

publiku zakonisht merr informacion nga një burim i vetëm. Megjithatë, duke gjykuar nga prirjet në mbulimin e lajmeve, dhe nga intervistat me përfaqësuesit e medias online, gjetja e artikujve me më shumë se një burim informacioni është kthyer në një luks.

- *Saktësia dhe verifikimi i informacionit: një praktikë në zhdukje*

Lidhur ngushtë me praktikën e publikimit të lajmeve me një burim të vetëm informacioni është gjithashtu cilësia e lajmeve në aspektin e saktësisë. Pothuajse pa asnjë përjashtim, praktika e publikimit të deklaratave dhe informacionit nga Facebook, Twitter apo faqe uebi zyrtare, sjell një situatë ku gazetarët e marrin informacionin pa e verifikuar. Si rregull, deklaratat thjesht botohen, nuk verifikohen, dhe kjo gjë që ka mpakur rolin e gazetarëve si rojtarë dhe gjithashtu ndikon në saktësinë e informacionit të marrë nga publiku.

- *Sensacionalizmi dhe titujt bombastikë: beteja e klikimeve*

Mediat online mbushen rëndom me tituj që synojnë të tërheqin vëmendjen e lexuesve, duke i bërë ata të klikojnë dhe lexojnë artikujt, një taktikë e vlefshme si për median online, ashtu edhe për profilet e tyre në media sociale. Në këto raste funksioni i vetëm i titujve është që të klikohet artikulli, dhe shpesh edhe përmbajtja e artikullit nuk është domosdoshmërisht e lidhur me titullin.

KAPITULLI 2

RRUGA E VËSHTIRË DREJT LIRISË SË MEDIAS

Zanafilla e medias së lirë në Shqipëri

Përpyekjet për krijimin e medias së lirë në Shqipëri e kanë zanafillën pas rrëzimit të regjimit komunist, pasi sistemi një-partiak i medias së asokohshme u zëvendësua me një sistem shumë-partiak. Në vitet e para të demokracisë, media mund të quhej kaotike dhe e pastrukturuar. Rezulton se ishte politika ajo që e prodhoi median e lirë në Shqipërinë post-komuniste dhe për pasojë modeli i lindur i shtypit të lirë mbetej tërësisht në kornizën politike. Përforcuar kjo edhe prej faktit që deri në atë kohë nuk kishim pasur ndonjë traditë të lirisë së shtypit. Kësisoj, koncepti i lirisë së shtypit u kufizua kryesisht tek liria për debatin politik duke e lidhur kështu ngushtë me politikën. Ndonëse përpjekjet ishin për krijimin e medias së lirë, kjo nuk mund të thuhet se presupozonte median e pavarur.

Studiues dhe akademikë të fushës së medias, e shqyrtojnë zhvillimin e medias dhe lirisë së shtypit pas viteve 1990-të e deri më sot bazuar në dy kryesore: *rregullimin ligjor të medias dhe pronësinë e saj/marrëdhënien me politikën*. Dy kryesore kyçe këto, të cilave do t'ju referohemi edhe në këtë tekst, pasi janë përcaktuese të ecurisë së zhvillimit të medias së lirë dhe të pavarur. Ndërsa, Jonila Godole, mbështetur në punën e kërkuesve të ndryshëm, risjell një qasje tjetër për të analizuar zhvillimin e medias në Shqipëri, atë të ndarjes në faza. Sipas këtij modeli ecuria e sistemit mediatik shqiptar ndahet në fazat, si vijon: *a) faza e liberalizimit (1988-1990)* që përfshin tranzicionin (1988-1990) dhe fillimet e tranzicionit dhe liberalizimit (1990-1994); *b) faza e demokratizimit (1994-1998)*; *c) faza e konsolidimit (1998-në vazhdim)*. Secila prej këtyre fazave dallohet nga karakteristikat e veçanta zhvillimore që media ka manifestuar. Për shembull në fazën e parë tiparet dalluese kanë qënë prezenca e titujve partiakë, propaganda dhe hedhja e hapave të parë për decentralizimin e medias. Në fazën e dytë karakteristikë ka qënë demokratizimi, pluralizmi, institucionalizimi dhe shtypi i lirë, por ende jo i pavarur. Ndërsa faza e tretë dallohet nga përpjekjet për konsolidimin e sistemit mediatik, kulturës gazetareske, si edhe kalimi i medias në pronësi

të bizneseve. Megjithatë edhe ndarja në këto faza mbështetet në dy kriteret e mësipërme. Fillimisht do të ndalemi tek rregullimi ligjor i medias në Shqipëri, si aspekti më i rëndësishëm në përcaktimin dhe garantimin e lirisë së shtypit.

“Ligji për Shtypin” dhe kufizimet e lirisë së shtypit

“Ligji për shtypin” Nr. 7756, i vitit 1993 ka qënë një zhvillim me rëndësi për t’u përmendur, në nenin 1 të tij theksohej, që “Shtypi është i lirë”, por me pas që “Shtypi kufizohet vetëm nga dispozitat Kushtetuese dhe ato të këtij ligji.” Ky ligj u mor pa shumë modifikime nga landi gjerman Nordrhein- Westfalen dhe pa konsultime me aktorët e medias, veprim ky që nxiti protestat e gazetarëve për shkak të kufizimeve që ai parashikonte. Federata Ndërkombëtare e Gazetarëve²², Article XIX²³ dhe entitete²⁴ të tjera ndërkombëtare reagues lidhur me miratimin e këtij ligji. Sipas krahasimeve të bëra me normat evropiane, elementë shqetësues në këtë ligji ishin a) dekreti për paracensurimin me anë të konfiskimit të botimeve për disa arsye; b) kufizimet mbi kriteret se kush mund të ishte kryeredaktor i një botimi dhe parashtrimi i së drejtës të detyrueshme të përgjigjes; c) dënimet financiare kundër botuesit dhe kryeredaktorit (shkaktimi i presionit financiar). Me pak fjalë një mori kufizimesh shtypëse për shtypin e lirë.

Përpos këtij ligji, po në këtë vit u bënë edhe amendime të Kodit Penal, të cilat lejonin ndjekjen penale për “fyerje dhe shpifje kundër organeve kushtetuese”, “fyerje e shtetit dhe simboleve të tij”, “fyerje dhe shpifje për presidentin e Republikës”, “fyerje e organeve dhe përfaqësuesve të shteteve të tjera”²⁵. Në periudhën e zbatimit të këtij ligji, në raportet e Freedom House të viteve 1994-1996 Shqipëria ka shënuar renditjet më të ulëta të periudhës së tranzicionit duke u klasifikuar si një vend ku media është “jo e lirë”.

Ngjarje të rëndësishme që kanë ndodhur në këtë interval kohor përfshijnë kundërshtime, gjopa e përndjekje të gazetarëve, madje deri në burgosje të tyre. Disa raste që bënë bujë asokohe ishin të lidhura me emra gazetarësh, ku përmendim Idajet Beqiri (dënuar për shpifje kundër zyrës së presidentit), i cili u dënua me 6-muaj burgim dhe kreu tre prej tyre. Emra të tjerë ishin,

²² International Federation of Journalists (1996). Media Freedom in Albania. An analysis of Media Legislation.

²³ Article XIX (1997) Albania: Towards Broadcasting Freedom. An analysis of the Neë Broadcasting Laë. Article 19.

²⁴ Minnesota Advocates for Human Rights (1995) Press Restriction in Albania.

²⁵ Minnesota Advocates for Human Rights (1995) Press Restriction in Albania. Page 6.

Nikollë Lesi (akuzuar për shpifje, shpallur fajtor dhe gjobitur); Aleksandër Frangaj (akuzuar për rrezik ndaj sigurisë kombëtare, arrest shtëpie për një muaj), Fatmir Zanaj (burgim me kusht 2-muaj dhe një vit shërbim prove), Shyqyri Meka (gjobitur me 80000 lekë/\$1000), Ilirian Zhupa (dënuar me dy muaj burg). Megjithatë, në gjithë këtë mori sulmesh përkundrejt gazetarëve sulmi më i ashpër ka qënë ai ndaj përndjekjes së Martin Lekës, gazetar tek “Koha Jonë” dhe Aleksandër Frangajt, kryeredaktori i gazetës. Sipas raportit të Minnesota Advocates for Human Rights “Akuzat kundër tyre lidheshin me një shkrim që kishte publikuar Leka në Janar 1994, ku raportonte dhe kritikonte urdhrin e dhënë oficerëve të ushtrisë për të dorëzuar armët e tyre kur nuk ishin në detyrë. Megjithëse Frangaj u lirua, Leka, që ishte akuzuar për shpifje u dënua me 18-muaj burg për “nxjerrje të sekretit shtetëror,”²⁶ për t’u falur mandej në 3 Maj, 1994 në Ditën Ndërkombëtare të Shtypit bashkë me Ilirian Zhupen, Shyqyri Mekën dhe Luftar Matohitin, nga Presidenti i asokohshëm, Sali Berisha.

Kjo ka qënë periudha më e vështirë për shtypin në Shqipëri, në një kohë kohë kur bëhej përpjekje për të sjellë lirinë e tij. Ligji për Shtypin mbeti në fuqi deri në vitin 1997, kur me zgjedhjet e dyta parlamentare, u anulua tërësisht pasi nuk ishte i përshtatshëm për situatën e vendit²⁷ dhe prej tij mbetën vetëm dy nene kryesore “Shtypi është i lirë” dhe “Liria e shtypit mbrohet me ligj.”

Kalimi nga ligji kufizues tek liria e pakufizuar

Abrogimi i Ligjit për Shtypin dhe reduktimi i tij në vetëm dy nenet e përmendura më sipër që krijuan Ligjin nr. 8239 “Për shtypin” ishte një veprim që u përshendet dhe mirëprit nga komuniteti mediatik kombëtar dhe ndërkombëtar, megjithëse kishte mendime të ndryshme lidhur me nevojën për të hartuar një ligj tjetër më të plotë, për të mos e lënë shtypin krejtësisht të parregulluar. Së paku, duhet të kishte një proces gradual rregullimi, e të mos kalohej menjëherë nga mbirregullimi tek liberalizimi i plotë. Debatet lidhur me nevojën për të hartuar një ligj më të hollësishëm për shtypin, si edhe për pasojat që mund të kishte për zhvillimin e medias e rrjedhimisht për konsolidimin e demokracisë, vazhduan.

Sipas Godole, ligji i ri, në vend që ta rregullonte, e lejonte më tej kaosin institucional.”²⁸ Fakti që mungonte një ligj për median krijoi një vakuum

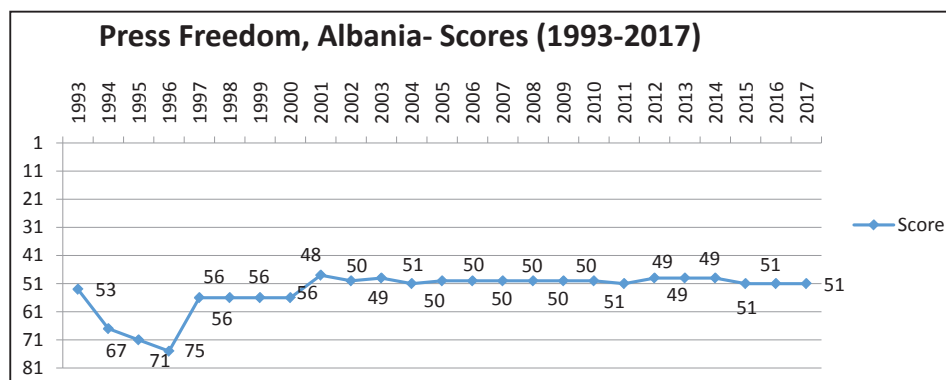
²⁶ Ibid, faqe 7

²⁷ Londo, I (2014). Rëndësia e Integritetit të Medias. Instituti Shqiptar i Medias, faqe 58.

²⁸ Godole, A. (2014) Gazetaria Shqiptare në Tranzicion: Struktura, Aktorët dhe Tipologjitë Profesionale. Faqe 27.

që linte hapësirë për abuzime²⁹. Kjo për faktin se mungesa e një ligji të posaçëm për të rregulluar shtypin bënte që rastet të gjykoreshin dhe ndëshkoreshin ende sipas Kodit Penal, e më keq akoma, i nixirte gazetarët dhe burimet e informacionit zbuluar, pasi nuk kishte ndonjë mbrojtje të veçantë të burimeve të besuara të informacionit. Lidhur me këtë aspekt, Helen Darbishire është shprehur se “shumë gjëra humbën, si për shembull e drejta e gazetarëve për të mbrojtur burimet e besueshme të informacionit. Gjithashtu edhe e drejta mbi aksesin në informacion të medias, kishte humbur në ligjin e vjetër të shtypit. Tani e drejta e gazetarëve për të marre informacion duhet të kalojë nëpërmjet ligjit mbi informacionin, por e drejta e gazetarëve për të mbrojtur burimet e besueshme duhet të kalojë nëpërmjet një ligji më të plotë mbi shtypin.”³⁰

Ndryshimet në këtë legjislacion, sipas kërkueses Ilda Londo, “konsiderohen si qëndrime liberale kundrejt medias dhe përmbajtjes editoriale, por në të njëjtën kohë kjo nënkupton se shtypi duhet ta mbajë vetë përgjegjësinë editoriale duke u orientuar kështu drejt vetë-rregullimit.”³¹ Abrogimi i ligjit për shtypin ndikoi edhe pikët e Shqipërisë në raportet e Freedom House, ku nga 75 pikë në 1996, që e klasifikonte si “jo e lirë”, pësoi përmiresim prej 19 pikësh duke shkuar kështu në 56 pikë në 1997 duke u renditur në kategorinë “pjesërisht i lirë”, ku do të qëndronte thujse palëvizur për shumë vite me radhë, siç paraqet grafiku në vijim. Ky kategorizim “pjesërisht i lirë” do të vazhdonte i tillë për shumë vite, përfshirë edhe shtypin në ditët e sotme.



Grafiku No. 1 - Mbështetur në të dhënat e Freedom House, Press Freedom Reports (1993-2017)

²⁹ Gazetaria Shqiptare përballë dhunës. (1997). Intervistë me Remzi Lani, Faqe 19-20

³⁰ Gazetaria Shqiptare përballë dhunës.(1997). Intervistë me Helena Darbishire, Konsulente e programit të Artikullit 19 për Evropën Qendrore dhe Lindore.

³¹ Londo, I (2016) Mediat Online në Shqipëri. Legjislacioni, vetërregullimi dhe prirjet kryesore. Faqe 11.

Përpyekjet për rregullim të shtypit

Në kushtet e kësaj situatë të lirisë së pakufizuar, në 1998 u miratua Ligji për Transmetimet, i cili, siç thekson Londo, gjithashtu hasi rezistencë. Stacioni i parë TV lindi në vitin 1995, por rregullimi për median elektronike u miratua në vitin 1998 dhe autoriteti rregullator u ngrit vetëm në vitin 2000. Në këtë boshllëk pesëvjeçar, numri i mediave elektronike të palicensuara dhe të parregulluara në vend iu afrua 100 stacioneve. Rregullimi i medias elektronike u bë me anë të një ligji të hollësishëm, Ligji Nr. 8410 “Për Radion dhe Televizionin Publik dhe Privat.” Ky ligj, i amenduar gjashtë herë që nga miratimi në 1998, ka për qëllim të rregullojë me hollësi aktivitetin e medias elektronike, përfshirë këtu transmetuesin publik, televizionin privat, transmetimin kabllor dhe satelitor. Ky ligj krijoi bazën për Këshillin Kombëtar të Radios dhe Televizionit, si organi i parë më i lartë drejtues i transmetuesit publik, që kishte kompetenca rregulluese dhe monitoruese. Ligji për Radion dhe Televizionin, u shfuqizua në vitin 2013 kur u miratua dhe hyri në fuqi ligji “Për Mediat Audiovizive në Republikën e Shqipërisë” që rregullonte veprimtarinë e mediave audiovizive dhe shërbimeve mbështetëse të tyre, mbi bazën e parimit të asnjësisë teknologjike në territorin e Republikës së Shqipërisë³². Në ligjin e ri Autoriteti i Mediave Audiovizive (AMA) përfaqëson autoritetin rregullator në fushën e shërbimeve të transmetimeve audio dhe audiovizive, si edhe shërbimeve të tjera mbështetëse në territorin e Republikës së Shqipërisë. AMA kishte kompetenca të lëshonte licenca dhe/ose autorizime dhe të siguronte zbatimin e tyre. Problemi kryesor përgjatë gjithë historisë së enteve rregullatore- në fillim KKRT-ja dhe më pas AMA- ka qenë funksionimi i tyre në mënyrë të efektshme, të pavarur nga institucione apo faktorë të tjerë, kryesisht nga politika. Formula e përzgjedhjes së anëtarëve të këtij enti regulator ka ndryshuar disa herë me propozimin dhe përfshirjen e politikanëve në këtë proces gjë që tregon se ky institucion është bërë funksional, por njëkohësisht shfaq interesin dhe ndikimin e politikës në këtë institucion.³³

Në vitin 1999 u miratua Ligji Nr. 8503, për të Drejtën e Informimit për Dokumentat Zyrtare dhe u bënë ndryshime në rregullimet ekzistuese për mediat.³⁴ Ky ligj rregullonte të drejtën e informimit për dokumentat zyrtare dhe i jepte të drejtë çdo personi të kërkonte informacion për dokumentat

³² Ligj Nr. 97/2003 Per Mediat Audiovizive në Republikën e Shqipërisë

³³ Instituti Shqiptar i Medias (2018) Media Shqiptare dhe Standardet Evropiane. Raport i bazuuar mbi treguesit e kështillit të Evropës mbi median në demokraci. Faqje, 44.

³⁴ Londo, I (2014) Rëndësia e Integritetit të medias, faqe 53.

zyrtare, që kishin të bënin me veprimtarinë e organeve shtetërore dhe të personave që ushtronin funksione shtetërore. Kërkesa mund të bëhej pa qenë e nevojshme të sqaroheshin motivet e saj. Megjithatë kishte përjashtime sa i përket disponueshmërisë së dokumentave që cilësoheshin si të klasifikuara nga ligje të tjera (siç janë Ligji për Sekretin Shtetëror, ose Ligji për Mbrojtjen e të Dhënave Personale), ndonëse në raste refuzimi autoriteti publik duhej të jepte një sqarim me shkrim për shkaqet e refuzimit. Sigurimi i informacionit për dokumentat zyrtare, sipas këtij ligji mund të kishte tarifë shërbimi, nëse garantimi i këtij informacioni kishte kosto, por në çdo rast tarifat nuk mund të ishin më të larta sesa kostoja për realizimin e shërbimit. Një çështje e rëndësishme lidhur me këtë ligj ka qenë kufizimi kohor, në mënyrë të veçantë lidhur me gazetarët, të cilët janë të kufizuar nga afatet thuajse gjithë kohës në ushtrimin e profesionit të tyre. Sipas këtij ligji, autoriteti publik vendos të pranojë ose refuzojë kërkesën për informacion brenda 15 ditëve pas depozitimit të saj dhe në rast pranimit përgjigja të jepej brenda 40-ditëve nga depozitimi i saj. Gazetarët e kundërshtuan këtë pjesë të ligjit, me bindjen se kjo vonesë në marrjen e përgjigjes dëmtonte gazetarinë e mirë. Ky element i ligjit, tërhoqi vëmendjen e organizatave ndërkombëtare, të cilat e analizuan dhe dhanë rekomandimet përkatëse. Për shembull, OSBE-ja deklaroi që koha 15-ditore për marrje vendimi ishte në përputhje me standardet ndërkombëtare, mirëpo ajo 40-ditore ishte një vonesë e papranueshme në dhënien e informacionit. Ky ligj u amendua në Parlament dhe rishikime të tij u propozuan nga Justice Initiative, New York, pas konsultimeve me palët e interesuara.

Ligji Nr.119/2014 Për të Drejtën e Informimit që rregullon të drejtën e njohjes me informacionin që prodhohet ose mbahet nga autoritetet publike u miratua në vitin 2014. Në dallim nga ligji i mëparshëm, në këtë ligj u zgjerua dhe sqarua termi “autoritet publik”, duke e bërë kështu më specifik. E drejta e informimit mbeti e pandryshuar, pra çdo person “gëzon të drejtën e njohjes me informacion publik, pa u detyruar të shpjegojë motivet”³⁵ dhe autoriteti publik është i detyruar të informojë kërkuesin nëse ka ose jo në zotërim informacionin e kërkuar. Në lidhje me koston e dhënies së informacionit, mund të ketë një tarifë të përcaktuar më parë dhe të bërë publike nga autoriteti publik, por në asnjë rast nuk mund të jetë më e lartë se kostoja reale e materialit mbi të cilin riprodhohet informacioni. Ndërkohë, në dallim nga ligji i mëparshëm, autoriteti publik e trajton kërkesën për informim jo më vonë se 10 ditë nga dita e dorëzimit të saj.

³⁵ Ligji Nr. 119/2014 Për të Drejtën e Informimit, Neni 3

Një element shtesë që parashikonte ky ligj ishte dërgimi i kërkesës në një autoritet tjetër, i cili kthen përgjigje jo më vonë se 15 ditë pune nga dita e mbërritjes së kërkesës në autoritetin e parë. Gjithashtu, rishikime dhe zgjerime u bënë edhe tek pjesa e kufizimeve të së drejtës për informim ku u shtua kufizimi në rast se ishte e domosdoshme, proporcionale dhe kur dëmton të drejtën për një jetë private, sekretin tregtar, të drejtën e autorit dhe patentat. Me sugjerimet e ndërkombëtarëve ky ligj u bë më specifik dhe u perputh me standardet ndërkombëtare në pjesën e të drejtës për informim.

Ligje të tjera të rëndësishme janë Ligji për Transmetimet Digjitale/Numerike, Ligji për Telekomunikacionet në Republikën e Shqipërisë dhe Ligji për Entin Rregullator të Telekomunikacioneve, i cili krijoi organin e dytë rregullator, Entin Rregullator të Telekomunikacioneve (ERT). Autoriteti Rregullator ka pësuar ndryshime të ndjeshme në peizazhin e medias shqiptare. Ndërhyrjet e politikës, duke u përfshirë në zgjedhjen e anëtarëve të KKRT-së duke kundërshtuar vendimet e saj apo me mjete të tjera- shpesh e kanë ndërlikuar marrëdhënien mes rregullatorit dhe transmetuesve. Në 2006 u bënë rregullime të rëndësishme në kuadrin rregullator, gjë kjo që krijoi shqetësim në rritje për brishtësinë e medias përballë politikës.

Ligji Nr.9472 Për Transmetimet Digjitale/Numerike në Republikën e Shqipërisë miratuar në vitin 2007, së bashku me Strategjinë³⁶ kishin për qëllim të adresonin çështje që kishin të bënin me aksesin dhe përballueshmërinë në kuadër të kalimit në transmetime digjitale. Ligji specifikon se operatorët duhet të përdorin dekodera universalë që u japin akses abonentëve në të gjitha programet pa pagesë.³⁷ Strategjia për Kalimin në Transmetime Digjitale, dokumenti zyrtar që orientoi kalimin në transmetime digjitale, u aprovua vetëm në vitin 2012. Gjatë kësaj kohe, një platformë digjitale private u hap dhe u mbyll, ndërsa dy platforma komerciale të tjera vazhdojnë të funksionojnë. Duke patur parasysh këto zhvillime dhe e gjendur përballë presionit të platformave digjitale ekzistuese që kërkonin të mbronin investimet e veta, Strategjia përcaktoi se licencat për rrjetet kombëtare digjitale do të shpërndareshin sipas procedurave 'beauty contest', që do të thoshte se në konkurrim do të merrnin pjesë platformat ekzistuese dhe ato media elektronike që konsideroheshin si operatorë me përvojë. Megjithëse në praktikë ka shumë mundësi që operatorët, të cilët morën pjesë në procedurat

³⁶ Strategjia e Kalimit nga Transmetimet Analoge në Transmetimet Numerike (2012)

³⁷ OSFA (2012) Zhvillimi i Medias Dixhitale: Shqipëria. Raporti për Shqipërinë. Faqe 77

e licensimit ishin të vetmet kompani të interesuara dhe të afta për të operuar këto rrjete, vetë aplikimi i procedurave “beauty contest” e kufizoi që në hyrje konkurrencën e hapur. Kalimi në trasmetimin digjital në Shqipëri është në zbatim e sipër dhe Strategjia e Kalimit në Teknologji Digjitale i ka caktuar radio televizionit publik detyrën që të ndërtojë dy platforma digjitale kombëtare, një pjesë e së cilës do të shërbejë për radio televizionet private.³⁸

Një zhvillim tejet i rëndësishëm për lirinë e shtypit dhe medias në Shqipëri ka qënë ndryshimi i dispozitave ligjore mbi shpifjen në Kodin Penal dhe në Kodin Civil, duke u afruar kështu më shumë me standardet demokratike evropiane. Kjo reformë ligjore erdhi si rezultat i gati shtatë viteve përpjekje dhe këmbëngulje nga një grup organizatash të shoqërisë civile, Instituti Shqiptar i Medias dhe Justice Initiative, të cilat arritën konsensusin e nevojshem politik dhe mediatik për të miratuar këto amendamente. Si rrjedhojë e ndryshimeve në këtë ligj u përmirësuan ndjeshëm standardet e garantimit të lirisë së shprehjes, si edhe u qartësuan kriteret që gjykatat të marrin në konsideratë para se të vendosnin mbi dëmtimin e reputacionit në këto raste. Më tej akoma, ndryshimet në këtë ligj hoqën edhe mundësinë e dënimit me burg, por vlen të përmendet që shpifja nuk është dekriminalizuar ende plotësisht.³⁹

Ne ndryshimet e bëra në Kodin Penal, të rëndësishme për median ishin heqja e mbrojtjes së veçantë që gëzonin zyrtarët publikë, për të cilët tashmë do të ndiqej e njëjta procedurë si për të gjithë qytetarët e tjerë në raste të ngritjes së akuzave për shpifje, si edhe heqja e dënimit me burg për shpifje. Nga ana tjetër, ndryshimet në Kodin Civil, identifikuan kriteret të qarta, specifike dhe shteruese për të ndihmuar gjykatat të adresonin kërkesat për dëmshpërblim në raste të fyerjeve dhe shpifjeve. Gjithashtu, u theksua zbatimi i konceptit të proporcionalitetit në dhënien e dëmshpërblimit, si edhe u përcaktuan kriteret që gjykata duhet të marrë në konsideratë në raste të marrjes së vendimit të fajësisë dhe dëmshpërblimit. Këto kriteret përfshinin nivelin e respektimit të rregullave të etikës profesionale nga autori, faktin nëse thëniet apo citimet janë të sakta krahasuar me versionin autentik, faktin nëse çështjet kanë të bëjnë me jetën private të personit të dëmtuar dhe raportin e tyre me një interes publik; nëse informacioni është dhënë në formë faktesh apo opinionesh si dhe vërtetësia apo falsiteti i informacioneve të bëra publike. Për më tepër gjykatat marrin në konsideratë dëmin ekonomik që i

³⁸ Instituti Shqiptar i Medias (2018) Media

³⁹ Londo, I., Zguri, Rr (2014) Mediat Online në Shqipëri: legjislati, vetë-rregullimi, zhvillimi dhe prirjet kryesore. Faqje, 9-10. Instituti Shqiptar i Medias, Tiranë.

shkaktohet palës së paditur nga pagesa e dëmshpërblimit, gjë që është tejet e rëndësishme në rastet kur padia gjyqësore është kundër medias.

Këto ndryshime në Kodin Penal dhe Civil u kërkuan nga vetë komuniteti mediatik dhe përbënin një hap para drejt lirisë së shtypit dhe medias, mirëpo në Dhjetor, 2019, u miratua një ndryshim në ligjin për mediat, të njohur ndryshe edhe si “paketa anti-shpifje”. Kjo paketë, që synon të “rregullojë të drejtat, detyrimet dhe përgjegjësitë e personave fizikë dhe juridikë, që ofrojnë shërbime audio, audiovizive dhe shërbime të publikimeve elektronike, nëpërmjet rrjetit të komunikimeve elektronike, si dhe promovimin e pluralizmit të medias dhe çështjeve të tjera me rëndësi për shërbimet mediatike, në përputhje me konventat dhe standardet ndërkombëtare.”⁴⁰ Ky ligj e shtrin zbatimin e tij për transmetimet audiovizive lineare, transmetimet audiovizive jolineare, shërbimet mbështetëse të tyre dhe për shërbimet e publikimeve elektronike, por jo për shtypin e shkruar. Në një kohë kur ky ligj thekson se dispozitat e tij “nuk mund të interpretohen në mënyrë të tillë që të japin të drejtën për të censuruar apo kufizuar të drejtën për lirinë e fjalës ose lirinë e shprehjes”, komuniteti kombëtar dhe ndërkombëtar është shprehur se një ligj i tillë “rrezikon rritjen e censurës dhe vetë-censurimit në median lokale dhe mund të kontribuojnë në pengesa të mëtejshme të lirisë së medias dhe lirisë së shprehjes në Shqipëri, e cila, bazuar në vlerësimin e qershorit 2019 të shtatë organizatave ndërkombëtare, është duke u përkeqësuar.”⁴¹ Reporters Without Borders, është shprehur se “ligji do të përkeqësojë më tej situatën e lirisë së shtypit në një vend ku qeveria rregullisht kufizon aksesin e gazetarëve në informacione zyrtare dhe kontrollon tregun e televizionit përmes transferimit të licencave të transmetimit.”⁴² Gjithashtu, Presidenti i Republikës së Shqipërisë, në Janar 2020, vuri veton ndaj këtij ligji duke përmendur shqetësime për shkeljen e kushtetutës dhe potencialisht frenimin e lirisë së medias.⁴³

Komisioni i Venecias ka reaguar⁴⁴ lidhur me këtë ligj dhe sipas tyre, së pari, nocioni i “publikimeve elektronike” është shumë i paqartë dhe i përcaktuar

⁴⁰ Ligj Nr. 91/2019 Për disa ndryshime dhe shtesa në ligjin nr.97/2013 për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë, të ndryshuar. Neni 1

⁴¹ Marrë nga <https://balkaninsight.com/2019/07/19/censorship-bill-albania-rights-organizations-slams-anti-defamation-package/>. Aksesuar më 6 Qershor, 2020, ora 13.30

⁴² Marrë nga <https://rsf.org/en/albania> Aksesuar më 6 Qershor, 2020. Ora, 13.09

⁴³ <https://balkaninsight.com/2020/01/13/president-turns-down-albania-controversial-anti-defamation-law/>

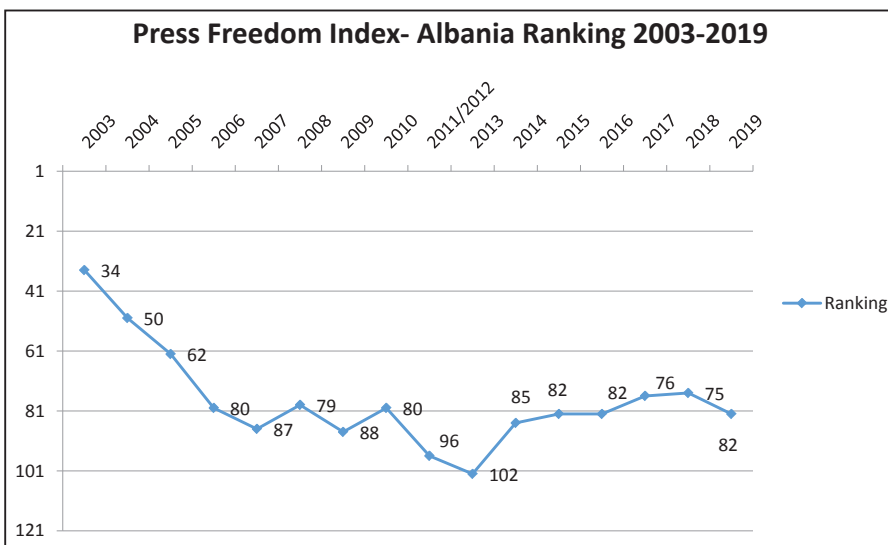
⁴⁴ European Commission for Democracy through law (Venice Commission). Opinion on the law no.97/2013 on the audiovisual media service with draft amendments adopted on 18 December 2019.

gjerësisht, duke rrezikuar qartësinë dhe parashikueshmërinë e fushës së zbatimit të ligjit. Në veçanti, është e paqartë nëse blogerët individualë, apo njerëzit që kanë faqe personale në platformat e rrjeteve sociale (Facebook, Instagram, Twitter etj.) që publikojnë informacione nga media do të mbulohen nga ky përkufizim.

Së dyti, komisioni shprehet se fusha e zbatimit të ligjit shtrihet përtej mediave profesionale dhe asgjë nuk e ndalon këtë ligj të zbatohet jo vetëm për botimin online të shtypit të shkruar, por edhe për të gjithë të interesuarit për të dhënë informacione, ide, materiale argëtuese, ose edukuese për publikun e gjerë nëpërmjet publikimeve online. Kjo mund ndikojë që njerëzit e zakonshëm të shmangen nga shprehja e çdo mendimi në internet, nga frika e sanksioneve të mundshme të lëna në diskrecionin e AMA. Në një vend ku pluralizmi në mjedisin aktual mediatik krijohet nga blogerët dhe gazetarët individualë, kjo ngre shqetësime serioze.

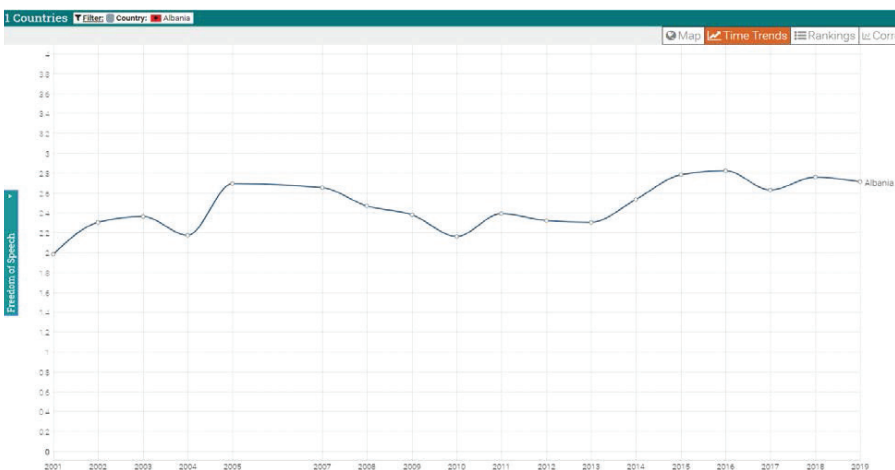
Së treti, shqetësim i komisionit është kualifikimi profesional i anëtarëve të AMA-s dhe Komitetit të Ankesave. Kualifikimi duhet të jetë në përputhje me kryerjen e detyrave që do të kryejnë, konkretisht vlerësimin të fakteve dhe koncepteve juridike, që në parim janë në kompetencën e një gjykatësi dhe kërkojnë një ushtrim të drejtë balancues midis lirisë së shprehjes dhe informacionit, si dhe të drejtave individuale të të tjerëve dhe interesave të shoqërisë në tërësi. Sipas Komisionit të Venecias, duhet të zbatohen kritere të qarta të pranueshmërisë në lidhje me aftësitë dhe përvojën e nevojshme për ata që donin të ishin anëtarë të Komisionit të Ankesave. Për ta përmbledhur, komisioni e konsideron ligjin si kufizues të fjalës së lirë dhe të lirisë së shprehjes politike, përtej paqartësisë që gjendet në këtë ligj, gjë kjo që e komplikon zbatueshmërinë e tij edhe më shumë.

Ndikimi i miratimit të paketës së re ligjore është reflektuar edhe në rankimin e kryer nga Reporters Without Borders, ku në 2019 Shqipëria renditet në vend të 82-të duke rënë me 7 vende krahasuar me 2018 ku ka qënë e renditur në vendin e 75 sa i përket lirisë së shtypit. Paraqitur në grafikun në vijim, rankimi i Shqipërisë shfaq një trend të qëndrueshëm rënieje për çdo vit duke nisur që nga viti 2003 ku ka qënë renditur e 34 (renditja me e lartë që kemi pasur) për të vazhduar më tej rënie të njëpasnjëshme pas çdo viti e për të shënuar rënien drastike, në 2013 ku është renditur e 102-ta.



Grafiku No. 2 Mbështetur tek të dhënat e RFS për vitet (2003-2019)

Po ashtu, Indeksi i Qëndrueshmërisë së Medias (IREX) e vlerëson Shqipërinë me 2.71 pikë për vitin 2019 në kategorinë e fjalës së lirë, e cila krahasuar me vetëm një vit më parë ka shfaqur një rënie te lehte duke shkuar në 2.76 pikë, sikurse tregohet në grafikun më poshtë. Kështu, vendi ynë mbetet në kategorinë e vendeve “afër qëndrueshmërisë” së medias së pavarur, me pikët më larta shënuar në vitin 2016 (2.82). Trendi i Shqipërisë në këtë aspekt paraqitet i njëjtë për shumë vite duke filluar nga 2001, ku intervali mes të cilit shfaqen ulje-ngritje nga viti në vit është ai 1.98-2.82.



Grafiku No.3- Mbështetur në të dhënat nga Media Sustainability Index, IREX (2001-2019)

Studiuesi Rrapo Zguri e lidh rankimin e medias si “pjesërisht të lirë” në Shqipëri me praninë e asaj që mund të quhet “sindroma e pjesëmërisë”: ku vendi që është pjesërisht i lirë, ka një media që është pjesërisht e lirë, e cila gëzon pjesërisht besimin e publikut dhe pjesërisht plotëson standardet e kërkuara. E thënë shkurt, ne jemi përpara tipologjisë së zhvillimit të demokracive, të cilat kanë një rrugë të gjatë për të bërë për të arritur standardet e demokracive të zhvilluara.⁴⁵

Marrëdhënia e medias me politikën (1990-2020)

Media dhe politika në fillim të viteve 1990 kanë pasur një marrëdhënie të ngushtë dhe komplekse. Studiuesi Besnik Baka sjell tri faza të zhvillimit të medias në raport me politikën, të cilat janë: (1) krijimi i mediave partiake (1990-92), (2) krijimi i mediave politike (1992-98) dhe (3) krijimi i medias klienteliste (1998-2011)⁴⁶. Sipas tij, media në Shqipëri (por edhe në Ballkanin Perëndimor) duket më shumë si një shtesë e vete politikës, se sa një instrument i paanshëm për informim. Si pasojë, pretendohet se politika ka qenë faktori me ndikimin më të madh në zhvillimin e medias pluraliste post-komuniste.

Kjo periudhë, sipas Godole, është karakterizuar nga një pushtet relativisht i fortë i medias që hynte në një “marrëdhënie opozitare” me politikën. Pushteti politik i dalë pas zgjedhjeve të para në vitin 1992 anonte disi në modelin e vjetër të kontrollit ndaj shtypit dhe lirisë së fjalës, duke synuar një shtyp dhe një kastë gazetarësh të bindur ndaj pushtetit. Ndërkohë që shtypi mëtonte rritjen e ndikimit të tij në hapësirën publike të çliruar rishtas, raportimi gazetaresk ishte agresiv dhe antagonist.⁴⁷ Gjatë viteve 1994-1996 në sjelljen e mazhorancës politike të kohës (mazhoranca antikomuniste) u shfaqën shenja të autoritarizmit që kulmuan deri në dhunë fizike dhe burgosje ndaj politikanëve të opozitës dhe ndaj gazetarëve opozitarë. Kjo bëri që tranzicioni nga diktatura në demokraci të kalojë nëpër fazën e ndërmjetme, që sipas disa autoreve, konsiderohet si faza e autoritarizmit të ri.⁴⁸

⁴⁵ Zguri, Rr. (2019) Media Image among the public and the media trust in Albania. Albanian Media Institute, page 30.

⁴⁶ Baka, B. (2011) Media dhe Politika: Tranzicioni drejt (pa)varësisë politike.

⁴⁷ Gogole, A. (2014) Gazetaria Shqiptare në tranzicion. Struktura, aktorët dhe tipologjia profesionale. Papirus.

⁴⁸ Zguri, Rr. (2017) Marrëdhëniet mes medias dhe politikës. ISHM.

Njëkohësisht gjatë kësaj periudhe u shfaqën edhe gazetarët si aktorë në fushën e pronësisë së medias, komuniteti i të cilëve, thekson Godole, ishte i ri dhe pa shumë përvojë të llojit perëndimor të mediave. Në kushtet e pluralizmit dhe të lirisë së shprehjes, gazetaria nuk mund dhe nuk duhet të mbetet një domain i partive politike, kështu fillimisht ajo duhet të shndërrohet në një domain të profesionistëve të fushës. Kjo periudhë shënoi edhe përpjekjet e para serioze për të krijuar më në fund media të shkëputura nga partitë politike, duke shënuar edhe lindjen e shtypit që vjen si rezultat i kërkesës shoqërore, e cila në këtë rast lidhej me domosdoshmërinë e krijimit të shtypit të pavarur. Ndërkohë, media e pavarur dhe politika qëndruan si dy pushtete në pozicione të palëkundura, duke mos patur lidhje të afërta; nga njëra anë media kritike dhe oponente e qeverisë dhe në anën tjetër pushteti autoritar i palëkundur nga kritikantët mediatike.

Deri në vitin 1998, media u zhvillua më shumë si një institucion i botës politike dhe letrare se sa një institucion i tregut. Pas vitit 1998, me krijimin dhe konsolidimin e elitës së kapitalit dhe të kapitalistëve shqiptarë hyn në lojë edhe logjika e tregut. Në fushën e pronësisë së mediave hynë biznesmenët të fuqishëm nga fusha e ndërtimit apo nga fusha të tjera. Mediat në këtë periudhë u krijuan në përgjigje të kërkesës të tregut, duke tejkaluar apo neglizhuar shpesh edhe funksionin e tyre publik dhe duke u vënë në shërbim të interesave ekonomike dhe politike të pronarëve të tyre. Kjo është edhe arsyeja që studiues të ndryshëm (Zguri, 2017; Lani, 2011; Baka, 2011, etj.) e quajnë këtë periudhë të tretë si periudha e mediave klienteliste. Investimi në televizione e gazeta ishte një tendencë e re për biznesmenët, me qëllim krijimin e një mbrojtjeje dhe forcim të interesave të tyre, duke bërë që tregu mediatik të pësojë një zhvillim të madh, më së shumti në numër se sa në cilësi.⁴⁹ Ndërkohë që shtypja ndaj medias u sfumua gradualisht, presioni ndaj saj u sofistikua dhe përsos në përputhje me zhvillimet në vend, për të krijuar atë që konsiderohet si kalim nga faza e “represionit tek faza e presionit” ku “burgosja dhe sulmet fizike kundër gazetarëve duket se i përkasin të kaluarës, por presioni me të cilin përballen ata mbetet dhe, në fakt, po bëhet gjithnjë e më i sofistikuar.” Ky presion, si edhe mungesa e sigurisë ekonomike kanë ulur pavarësinë e gazetarëve dhe për rrjedhojë kanë ndikuar në rënien e standardeve profesionale dhe në njëanshmëri në raportime.

Në periudhën 2000-2010 marrëdhënia media-politikë kishte karakteristika kryesore, si ekspozimi i medias ndaj presioneve politike, përdorimi i medias për qëllime politike që ka qenë gjithmonë i dukshëm e në përshkallëzim, rezistencë shumë herë më e vogël e medias dhe mirëpritje të influencës

⁴⁹ Ibid.

politike në këmbim të interesave ekonomike. Media përballet me “tendenca kapitaliste dhe presione financiare” siç janë transparenca dhe pronësia e korrupsioni në media. Në këtë kontekst, gjatë kësaj periudhe dalloheshin dy lloje mediash: (1) media që luftonte për mbijetesë, çka i bënte ato më të prekshme ndaj presioneve politike; dhe (2) media që kishin si qëllim kryesor mbështetjen e bizneseve dhe interesave klienteliste të pronarëve të tyre e jo informimin e publikut.⁵⁰ Për t’u theksuar është fakti që aksesit i partive politike në media nuk ka paraqitur ndonjë problem, kjo si rrjedhojë e numrit të madh të emisioneve politike në stacionet kryesore televizive, gati për çdo ditë të javës, por edhe falë ligjeve strikte mbi raportimin në media gjatë fushatave elektorale. Për më tepër, edhe ekuilibri politik në panelet e debateve televizive është bërë normë pune për shumicën e emisioneve politike. Megjithatë, ka patur kufizime të aksesit të medias në aktivitete politike dhe gazetarët nuk kanë patur mundësi të raportojnë vetë mbi këto aktivitete, pasi partitë duan t’i prodhojnë vetë kronikat e fushatës. Kjo situatë është kthyer në një burim shqetësimi për mediat, ka shkaktuar një mungesë motivimi për gazetarët dhe ka shkaktuar kritika edhe nga vetë media për raportimin e aktiviteteve politike.⁵¹

Marrëdhëniet ekzistuese të aktorëve ndryshuan gradualisht pasi u prish relacioni dominues “politikan vs. gazetar” që mbizotëroi në periudhën paraardhëse dhe u krijua një marrëdhënie tjetër, që karakterizohet nga komunikimi i drejtpërdrejtë i zotëruesit të medias me elitat politike dhe më pas me ndikimin e pronarëve në mënyrë autoritare mbi stafet redaksionale. Kjo e kompromentoi rëndë paanësinë e medias duke prekur kriteret profesionale të gazetarisë. Në vendin tonë struktura e pronësisë së medias është parë gjatë këtyre viteve si një karakteristikë e veçantë që ka shoqëruar proceset e zhvillimit të saj, mirëpo pronësia e fshehtë e shtetit në media nuk ka qenë ndonjëherë pjesë e problemeve të medias. Megjithatë, kjo nuk do të thotë se marrëdhënia e shtetit me pronësinë e medias nuk ka ndikuar në peizazhin mediatik, vetëm se jo në kuptimin e pronësisë direkte apo indirekte të aksioneve në kompanitë e medias.⁵²

Në periudhën 2013-2018 në aspektin e lirisë së medias pati një përmirësim të lehtë, por është vënë re gjithashtu tendenca e mediatizimit në rritje të politikës që manifestohet nëpërmjet krijimit të kanaleve mediatike të përdorura nga partitë politike dhe politikanët si dhe në rritjen e kohës apo

⁵⁰ Baka, B. (2011) Media dhe Politika. Tranzicioni drejt (pa)varësisë politike.

⁵¹ Insituti Shqiptar i Medias (2018). Media Shqiptare dhe Standardet Evropiane. Raporti i bazuar mbi treguesit e Këshillit të Evropës mbi median në demokraci.

⁵² Ibid, faqe

hapësirës së rezervuar për politikën në mediat e komunikimit masiv⁵³ dhe në thelb të kësaj qëndron rritja e ndikimit të medias në arritjen e objektivave apo qëllimeve politike. Me zhvillimet gjatë këtyre viteve të fundit, duket se është arritur në situatën ku pothuajse të gjitha mediat e rëndësishme, me përjashtime të rralla, tentojnë të rreshtohen pak a shumë në anën e pushtetit, duke dëmtuar misionin e tyre publik në emër të interesave të biznesit dhe duke braktisur gjithnjë e më shumë pozicionin e “pushtetit të katërt”. Madje, edhe roli i kryeredaktorëve është zbehur brenda medias në Shqipëri, “në një kohë kur pronarët e medias dhe figura të tjera, kryesisht politikanë, duket se po bëhen këmbëngulës” gjë kjo që pasqyron dinamikën e zhvillimit të medias në vend.⁵⁴

Varësia e medias nga interesat e biznesit të pronarëve dhe funksionimi i saj në mënyrë klienteliste lidhet ngushtë me (mos)besimin që media përcjell tek publiku. Korrelacioni mes lirisë së medias dhe nivelit të besimit të publikut është pozitiv, që do të thotë sa më e lirë dhe e pavarur media (përfshirë edhe pavarësinë klienteliste) aq më i madh besimi i publikut tek media dhe anasjelltas. Në studimin e kryer nga Instituti Shqiptar i Medias (2019) mbi *Imazhin e medias tek publiku dhe besimin tek media në Shqipëri*, studiuesi Zguri, nxjerr se problemet më të mëdha për median në Shqipëri janë: 1) anshmëria, paragjykimi dhe klientelizmi politik; 2) varësia nga interesat e biznesit të pronarëve të mediave dhe 3) dhuna verbale dhe kërcënimet fizike ndaj gazetarëve.⁵⁵ Përhapja e problemeve kaq serioze për funksionimin e mediave dhe përmbushjen e misionit të saj publik shpjegon faktin pse media shqiptare është pjesërisht e lirë. Nga ana tjetër, prania e çështjeve të tilla në krye të listës së problemeve demonstrojnë të metat serioze dhe sfidat në lidhje me aspektet e lirisë dhe pavarësisë së tyre. Studimi nxorri gjithashtu që pjesa vendimmarrëse e mediave - përfshirë pronarë, drejtorë, kryeredaktorë, redaktorë, si dhe analistë dhe krijues të mendimit - gëzojnë nivelin më të ulët të besimit publik kur bëhet fjalë për pavarësinë dhe paanshmërinë e tyre.

Një konkluzion

Për ta përmbledhur shkurtimisht lirinë e shtypit dhe medias në Shqipëri gjatë tridhjetë viteve të fundit mund të themi që ka ndryshuar nga kontrolli i plotë i medias, në media pjesërisht të lirë. Po ashtu, edhe legjislacioni për shtypin

⁵³ Zguri, Rr (2017) Marrëdhëniet mes medias dhe politikës. Faqe 36.

⁵⁴ Londo, I (2016) Roli i kryeredaktorëve në mbrojtjen e integritetit të medias në Shqipëri. Rënia e Rolit dhe ndikimit të kryeredaktorëve. South East European Media Observatory.

⁵⁵ Zguri, R. (2019) Media image amongst the public and media trust in Albania. Albanian Media Institute

në Shqipëri pas viteve 1990 e deri në ditët e sotme ka lëvizur kryesisht mes dy drejtimeve kryesore, duke filluar që nga legjislacioni kufizues e deri tek legjislacioni me liri të pakufizuar, përfshirë nuanca vetë-rregullimi ne mes, të cilat nuk kanë rezultuar të suksesshme pavarësisht përpjekjeve ndër vite për të forcuar aspektet e tij.

Përpjekjet që janë bërë për ndryshimin e legjislacionit bien në sy për një mungesë të theksuar vizioni apo strategjie, pasi vërehet se kanë qenë kryesisht të nxitura nga nevojat që lindnin në terren sesa nga një vision i qartë për të zhvilluar median. Megjithatë, pikë pozitive e politikave për mediat ka qënë përmirësimi i procesit për miratimin e politikave, i cili nga një domain i mbizotëruar nga politika është shndërruar gradualisht në një proces konsultimi që përfshin të gjithë aktorët, ndikuar kjo edhe nga trysnia ndërkombëtare.

Ndryshimet e ndodhura në vitin 2012 në Kodin Penal dhe Civil kanë qenë një arritje e rëndësishme në sferën e lirisë së medias dhe shtypit në Shqipëri, pasi me ndryshimet që u bënë në këtë ligj u përmirësuan ndjeshëm standardet e garantimit të lirisë së shprehjes, si edhe u qartësuan kriteret që gjykatat të marrin në konsideratë para se të vendosnin mbi dëmtimin e reputacionit në këto raste. Më tej akoma, ndryshimet në këtë ligj hoqën edhe mundësinë e dënimit me burg, por vlen të përmendet që shpifja nuk u dekriminalizua plotësisht. Prandaj, nga ana tjetër miratimi i paktës anti-shpifje në 2019 shënoi një kthim pas sa i përket lirisë së shprehjes, asaj të medias dhe shtypit në Shqipëri. Kjo paketë, jo vetëm që nuk zgjidh problematikën e lajmeve të rreme (fake news), konspiracioneve dhe shpifjeve, por krijon më tepër dëm dhe kufizon lirinë e shprehjes.

Fenomeni i “proletariatit të medias” është i pranishëm në Shqipëri dhe pronarët e medias diktojnë politikën editoriale duke u nisur nga lidhjet politike dhe ekonomike, të cilat ushqejnë kulturën e vetë-censurës mes profesionistëve të medias. Shtypja e medias nuk është e dukshme nga ana e qeverisë, por në vitet e fundit është shtuar presioni financiar, që lidhet gjithashtu me klientelizmin ku bën pjesë edhe politika. Kjo e bën median në Shqipëri jo të pavarur, ndonëse mbetet pluraliste.

Me gjithëse janë bërë ndryshimet në legjislacion ndër vite, shtypi në Shqipëri, vazhdon të klasifikohet si pjesërisht i lirë (sipas Freedom House Index), në gjendje të vështirë (sipas RSF Index) dhe pjesërisht i qendrueshëm (sipas Irex Index). Mbetet ende shumë punë për t’u bërë në lidhje me zhvillimin e medias së lirë dhe të pavarur në Shqipëri dhe kalimin në kategorinë e shtypit të lirë, sipas standardeve ndërkombëtare.

KAPITULLI 3

SFIDAT E PROFESIONALIZMIT: MEDIA NDËRMJET BIZNESIT DHE POLITIKËS

Kushtet e vështira të punës: një status quo pa mbarim

Zhvillimi i medias shqiptare në tri dekadat e fundit mund të ndahet në vija të trasha në dy faza: faza e parë u karakterizua nga e ashtuquajtura media e angazhuar politikisht, dhe e dyta nga lindja dhe zgjerimi i medias klienteliste. Periudha e parë, nga fillimi deri në fund të viteve 1990, u karakterizua nga lufta e përhershme dhe e ashpër mes medias dhe qeverisë. Në periudhën e dytë, me ndryshimin e modeleve të pronësisë në media, media më shumë përjeton probleme të natyrës ekonomike, ku disa prej sfidave janë organizimi i dobët i gazetarëve, mbështetja e dobët e publikut për lirinë e medias, si dhe marrëdhëniet e punës.

Sipas nje Studimi te tregut te punes ne Shqiperi realizuar nga IDRA mbi 60 % e gazetarëve ne Shqiperi janë nën moshën 30 vjeç, ndërkohë që mbi 80 % e tyre janë nën moshën 35 vjeç. Keto shifra na dëshmojnë për një popullsi të re në tregun e medias.

Nuk ka të dhëna zyrtare mbi pozitën ekonomike dhe sociale të gazetarëve. Në bazë të të dhënave të pjesshme dhe informacioneve të mbledhura nga NGO te ndryshme është e qartë se gazetarët gjenden në pozitë të vështirë në industrinë e medias. Shpesh atyre u mungon edhe minimumi i mbrojtjes sociale për të luajtur me sukses rolin e tyre në shoqëri. Shoqatat e gazetarëve dhe organizatat që merren me lirinë e medias, dhe veçanërisht Unioni i Gazetareve, kanë paralajmëruar vazhdimisht se situata social-ekonomike e gazetarëve në vend ka ardhur duke u përkeqësuar.

Të drejtat e punës të profesionistëve të medias nuk rregullohen me ndonjë ligj të veçantë përveç Kodit të Punës, që mbron marrëdhëniet e punës për të gjithë qytetarët shqiptarë. Mungesa e një mbrojtjeje të veçantë ligjore për profesionin e tyre nuk i imunizon gazetarët nga problemet sociale me të cilat përballet e gjithë forca punëtore në vend. Mospagesa e kontributeve shoqërore, vonesat në dhënien e rrogave, orare të tejzgjatura pune, mospagesa e orëve shtesë apo refuzimi i pushimeve të paguara janë disa nga problemet kryesore në marrëdhëniet e punës.

Punësimi vazhdon të mbetet një fushë me shumë dritëhije në median shqiptare. Një anketë e Institutit të Medias në 2018⁵⁶ identifikoi problemet e konfirmuara prej vitesh në diskutimet për gjendjen e medias në Shqipëri, si problemet me kontratat, me fiktivitetin e tyre, shkeljen e të drejtave të punës, problemet me pagat, etj. Më konkretisht, 1/3 e të anketuarve thanë se nuk kishin kontratë pune, ndërkohë që vetëm 24% e të anketuarve thanë se kishin pasur kontratë gjatë gjithë karrierës së tyre në media. 55% e të anketuarve thanë se paga që merrnin ishte më e ulët sesa paga mesatare e sektorit publik dhe 59% thanë se ka vonesa në marrjen e pagës rregullisht ose me raste, ndonjëherë edhe për disa muaj rresht.

Sipas një Raporti të Komitetit Shqiptar të Helsinkit⁵⁷ për herë të parë, në vitin 2019, kemi rënien e numrit të punonjësve të medias, nga 6200 në 5900 vetë. Arsyeja kryesore lidhet me mbylljen e disa mediave, por edhe me largimet e gazetarëve nga profesioni për shkak të pakënaqësive me kushtet e punës.

Sipas këtij studimi gazetarët e rretheve punojnë shpesh në kushte më të vështira se gazetarët e Tiranës. Siguria e tyre në punë dhe pagat janë më të ulëta krahasuar me kolegët e tyre në kryeqytet. Gazetarët e portaleve raportohet më shpesh që të punojnë në kushte informaliteti (pa kontrata pune), dhe anonimiteti. Kjo nuk i lejon që të mbrojnë të drejtën e tyre të autorit, por as edhe që të krijojnë një profil vetjak profesional, duke u bërë pjesë e barabartë e komunitetit të gazetarëve profesionistë. Po ashtu, gazetarët e rinj raportojnë që punëdhënësit i trajtojnë mjaft me keq se gazetarët me përvojë. Nderkohe, nuk mungon as diskriminimi për shkak të gjinise. Gazetarët femra ngacmohen në vendin e punës dhe sidomos ankohen për mos respektimin e lejes së lindjes, çka ndikon në zgjedhjet e tyre për jetën.

Një Raport i Unionit të Gazetarëve⁵⁸ nënvizon situatën e vështirë të kushteve të punës në mbi në mbi 90 për qind të mediave, madje edhe në ente publike si Agjencia Telegrafike Shqiptare apo Radio Televizioni Shqiptar. Në asnjë prej tyre, punonjësit nuk paguhën për kohën që punojnë jashtë orarit normal dhe kontraktual.

Nuk ka statistika zyrtare edhe për sa i përket nivelit të rrogave në media. Sidoqoftë, Unioni thotë se ka tre nivele rrogash për gazetarët në varësi të

⁵⁶ Instituti Shqiptar i Medias, "Skicimi i statusit të gazetarëve dhe statusi i shoqatave të gazetarëve dhe organizatave të medias," 2018.

⁵⁷ Komiteti Shqiptar i Helsinkit, "Raport Studimor mbi të drejtat e punës së gazetarëve," 2020, <https://ahc.org.al/wp-content/uploads/2020/06/Raport-Studimor-Te-drejta-pune-per-gazetarët-ALB-1.pdf>

⁵⁸ Unioni i Gazetarëve Shqiptarë, "Gazetari i pasiguruar dhe financat e munguara për një pension bazik për gazetarët," 2020.

pozicionit të tyre, nga media ku punojnë, dhe vendndodhjes së saj. Gazetarët me rrogat më të larta paguhen mesatarisht nga 550-600 USD, niveli i dytë paguhet nga 450-500 USD, ndërsa mediat e nivelit më të ulët i paguajnë gazetarët e tyre me një rrogë mesatare prej 300 USD në muaj.⁵⁹ Në të njëjtën kohë, ka një diferencë shumë të madhe midis mediave të Tiranës dhe mediave në rrethe. Rroga mesatare e gazetarëve të mediave lokale shkon nga 150-220 USD, dhe zakonisht punojnë në më shumë se një media, në mënyrë totalisht informale.⁶⁰ Unioni thotë se gazetarët në rrethe përbëjnë 45 për qind të numrit total të gazetarëve, gjë që tregon se ka një nevojë urgjente për të ndërhyrë në këtë fushë⁶¹.

Intervistat me gazetarë dhe përvoja e Unionit deri më sot tregojnë edhe për një tjetër problem shqetësues: vitet e punës të humbura nga mospagimi i sigurimeve shoqërore për vite me rradhë. Në një sondazh të zhvilluar nga Unioni, 65 për qind e gazetarëve raportuan se vitet e punës me kontratë nuk përkonin me vitet e punës që kishin kaluar realisht në media.⁶² Punonjesit e medias gjithashtu kanë qene viktime te skemave te mashtrimit, ku pagesat per kontributet e sigurimeve shoqërore ose nuk janë paguar fare ose janë paguar vetëm për disa vite pune.⁶³ Për më tepër, si të dhënat e Unionit, ashtu edhe intervistat me gazetarët tregojnë për një prirje të re në marrëdhëniet e punës: edhe kur paguhen sigurimet shoqërore ato bazohen mbi rrogën minimale dhe jo mbi rrogat reale të punonjësve të medias, duke nxjerrë edhe njëherë në pah problemin e informalitetit. Sipas Unionit, 98 për qind e organeve të medias nuk i deklarojnë rrogat reale to punonjësve të tyre.⁶⁴

Sic veren me te drejte IDRA⁶⁵ gazetaria në rastin shqiptar i ngjan më shumë një punëtorie me ekuilibra të prishur, sepse proceset e punës dukshëm janë të pabalancuar, dhe gazetarët, si pasojë apo për pasojë, janë pa status profesional të rregulluar në bazë të gjitha parametrave dhe treguesve të respektueshëm ligjorë.

⁵⁹ Intervistë me Aleksandër Çipën.

⁶⁰ Intervistë me Aleksandër Çipën.

⁶¹ Po aty.

⁶² Unioni i Gazetarëve Shqiptarë, *Praktikat informale të punës në mediat shqiptare*, 2012, faqe 21.

⁶³ Intervistë me Aleksandër Çipën.

⁶⁴ Po aty.

⁶⁵ IDRA, *"Tregu i punës në media,"* 2019.

Dilemat e profesionalizmit

Pas viteve 1990, pati një shpërthim të organeve të reja të medias në Shqipëri. Përkrah këtij lulëzimi, në vitet 1990 lindi një brez i ri gazetarësh, të pasur në pasion dhe ambicie, por të varfër në shprehi profesionale.⁶⁶ Në fakt, tradita dhe historia e Shqipërisë në ofrimin e shkollimit për gazetari ka një nisje mjaft të vonë. Shkolla e parë ishte ajo e ngritur brenda Departamentit të Shkencave Politike-Juridike, ndërtuar sipas modelit sovjetik. Shkolla zgjati për dhjetë vjet, deri në fillim të viteve 1970, dhe u pasua nga një numër lëndësh që jepeshin nga të njëjtët mësues.⁶⁷ Për pasojë, shkollimi i duhur për gazetarët ishte i pakët gjatë periudhës komuniste dhe u fut vetëm në vitin 1992 si pjesë e Departamentit të Historisë dhe Filologjisë në Universitetin e Tiranës, universiteti publik.⁶⁸

Nga 800 të anketuar nga IDRA⁶⁹, 46 përqind e tyre deklaruan se kanë diplomë masteri (MA) dhe pothuajse një e treta kanë diplomë bachelor (BA) (29%). Pothuajse gjysma e profesionistëve të medias (46%) nuk janë diplomuar në gazetari dhe as nuk kanë kualifikime të tjera zyrtare në fushën e gazetarisë. Pjesa më e madhe e gazetarëve (90%), pavarësisht nga arsimi i tyre, janë diplomuar në Shqipëri.

Parimi i pavarësisë editoriale garantohej në parim nga legjislacioni, por nuk është marrë asnjë masë tjetër për të siguruar zbatimin e këtij koncepti në punën e përditshme të medias. Në praktikë, nuk ka asnjë institucion apo instrument që të mbrojë gazetarët nga ndërhyrjet e pronarëve të medias. Autonomia dhe pavarësia e gazetarëve është mbase një nga elementët e lëna më pas dore nga legjislacioni, dhe deri në njëfarë pike është injoruar edhe nga opinioni publik. Mediat zakonisht identifikohen me pronarët dhe interesat e tyre, dhe për pasojë mungesa e autonomisë profesionale të gazetarëve merret automatikisht si e mirëqënë, dhe bëhet objekt diskutimi vetëm kur ka ndonjë zhvillim të ri, dhe nuk është objekt i vazhdueshëm shqetësimi në lidhje me mbrojtjen e pavarësisë së medias.

Një sërë studimesh mbi lirinë e medias dhe profesionalizmin në gazetari konfirmojnë se vetëcensura është e ngulitur thellë në mediat shqiptare, që

⁶⁶ Bejtja et al., *Education of Journalists in Albania*, 2001.

⁶⁷ Instituti Shqiptar i Medias, *Journalism Education in Mainstream Media: Education Trends and Training Needs*, korrik 2009.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ IDRA, "Studim për profesionistët e medias: Panoramë e medias në Shqipëri," 2019, <https://www.idrainstitute.org/files/Panoram%C3%ABn%20e%20Medias%20n%C3%AB%20Shqip%C3%ABri.pdf>

janë më shumë të interesuara të mbrojnë interesat politike apo të biznesit të pronarëve të tyre, se sa interesin publik. Një studim i BIRN⁷⁰ në lidhje me prirjet ndaj vetëcensurës tregoi se 73 për qind e të anketuarve besonin se gazetarët shqiptarë e shmangnin raportimin e lajmeve që binin ndesh me interesat e medias së tyre. Punonjësit e medias u pyetën në sondazh rreth eksperiencave personale për këtë fenomen, dhe rezultoi se 48 për qind e tyre kishin evituar raportimin e lajmeve apo ngjarjeve të caktuara shpesh ose disa herë gjatë karrierës së tyre.⁷¹ Kur u pyetën në lidhje me strukturën e brendshme të redaksisë së lajmeve dhe elementet që ndikojnë më shumë tek autocensura, rezultatet e sondazhit treguan se në 56 për qind të rasteve kjo vinte si rezultat i sinjaleve apo urdhrave direkte të redaktorëve dhe pronarëve të medias.⁷²

Vetë-censura është shumë e zakonshme në mesin e profesionistëve të mediave shqiptare, nenvizon një tjetër studim i IDRA për situatën e gazetarëve në vend⁷³. Të anketuarit mendojnë se ose “pothuajse të gjithë mediat censurojnë vetveten” (41%) ose se “disa media vetë-censurohen” (36%). Lajmet “pezullohen” ose “shtyhen” për shkak të: i) presionit të qeverisë, ii) presionit të partive politike dhe iii) presionit të biznesit të vlerësuar me peshë pothuajse të barabartë. Rreth 36% e të anketuarve deklaruan se ata “janë vënë nën presion” nga redaktorët e tyre që të mos shkruajnë për një ngjarje apo çështje të caktuar. Ngjashëm, rreth 38% deklaruan se janë vënë nën presion nga pronari i tyre / drejtori i medias.

Sipas Indeksit të Transformimit të Bertelsmann Stiftung (BTI), panorama e medias në Shqipëri është shumëllojshme, ku çdo parti e madhe ka zyrën e vet të shtypit dhe ekziston një gamë e gjerë mediash të cilat kanë përmirësuar mbulimin e proceseve politike, politikave dhe veprimeve të gabuara qeveritare (të cilat çdo ditë marrin një pjesë të konsiderueshme të vëmendjes). Megjithatë, media financohet zakonisht nga bizneset, të cilët kanë tendencë t'i përdorin ato si një mjet për të fituar qasje në politikë dhe kontrata fitimprurëse në këmbim të mbulimit të favorshëm politik, duke e komplikuar në këtë mënyrë cilësinë e raportimit të mediave.

Kur eksplorohet më thellë në çështjen e lirisë së kufizuar të fjalës, sipas raportit të sipercituar, janë tre faktorë kufizues që rezultojnë të përmendura më së shumti sai përket ndërhyrjeve nga palët e treta: ndërhyrjet nga individë

⁷⁰ BIRN Shqipëri, *Të mbyllësh një sy ndaj lajmit: Vetëcensura në median shqiptare*, 2015, <https://birn.eu.com/wp-content/uploads/2017/06/Brochure-Vetecensura.pdf>

⁷¹ Po aty.

⁷² Po aty.

⁷³ IDRA, “*Studim për profesionistët e medias: Panoramë e medias në Shqipëri*,” 2019.

politikë (62%), ndërhyrjet nga qeveria (61%) dhe ndërhyrjet nga pronarët e mediave (60%). Një faktor tjetër dukshëm i rëndësishëm janë ndërhyrjet nga individë të komunitetit të biznesit (43%). Më shumë se 30 për qind gjithashtu raportojnë se vetë-censura dhe korrupsioni janë faktorë kryesorë që kufizojnë lirinë e fjalës (përkatësisht 39% dhe 31%)⁷⁴.

Herë pas here qarqet e gazetarisë angazhohen në refleksione dhe diskutime mbi çështjet e etikës, dhe kjo zakonisht ndodh në raste krizash apo raportimesh problematike. Kjo tregon se gazetarët janë të vetëdijshëm dhe të shqetësuar në lidhje me respektimin e rregullave etike në media, por megjithatë komuniteti mediatik nuk ka arritur akoma që të dorëzojë një pjesë të "soveranitetit" të vet dhe t'i bindet gjykimit të pavarur të mekanizmave vetërregulluese. Mbështetja e dobët për iniciativat vetërregulluese duhet të gjykohet duke patur parasysh edhe situatën e vështirë ekonomike të gazetarëve, frikën e heqjes nga puna, si dhe vënien e interesave të biznesit mbi profesionalizmin në gazetari në shumicën e mediave në vend.

Kodi i parë i Etikës u hartua për herë të parë në vitin 1996 nga Instituti Shqiptar i Medias në bashkëpunim me dy shoqatat më të mëdha të gazetarisë në atë kohë, por nuk pati ndonjë miratim apo adoptim zyrtar të këtij Kodi. Në një përpjekje tjetër në vitin 2006 Kodi i Etikës u pëmirësua dhe u rifreskua me përpjekjet e përbashkëta të Institutit Shqiptar të Medias dhe një grupi ekspertësh të medias. Gjithashtu u analizua edhe mundësia e krijimit të një instrumenti apo institucioni vetërregullues, bazuar dhe në modelet e përdorura nga vende të tjera. Asokohe u mor mendimi i pronarëve të mediave kryesore në vend, redaktorëve, ekspertëve të medias dhe gazetarëve. Megjithëse shumica ishte dakord në parim, aktorët kryesorë të medias në vend hezituan që të mbështesnin krijimin e mekanizmave vetërregulluese që duhet të mbikqyrnin zbatimin e rregullave të Kodit dhe të merrnin vendime që do të respektoheshin nga të gjitha organet e medias.

Kodi i Etikës u rishikua sërish në 2018 nga një grup ekspertësh nën udhëheqjen e Institutit Shqiptar të Medias, si dhe u hartuan disa udhëzime për të mbuluar sjelljen etike në median online. Kodi i ri i Etikës përcakton të drejtat dhe detyrimet e gazetarëve gjatë punës së tyre të përditshme dhe paraqet këndvështrimin e tij mbi rolin që duhet të luajë shtypi dhe gazetaria e lirë në shoqëri. Ky kod ka një përqsasje të ngjashme me rregulloret etike të vendeve të tjera për sa i përket çështjeve që merr në shqyrtim, si saktësia në raportim, ndarja e faktit nga opinionet, respekti për minorenët, viktimat dhe personat në nevojë, mbrojtja e pavarësisë redaksionale, shërbimi ndaj interesit publik, respektimi i parimit të pafajësisë pa u shpallur fajtor, e drejta e

⁷⁴ Ibid.

replikës dhe përgënjeshtimit, ndarja e qartë e përmbajtjes redaksionale nga reklamat, respektimi për jetën private, respektimi i të drejtës së autorit, etj. Kodi i Etikës merret gjithashtu edhe me konfliktin e interesit, megjithëse e prek këtë çështje shkurtimisht. Ndër të tjera Kodi nënvizon se lajmet nuk duhet të përdoren për përfitim personal, dhe se gazetarët duhet të shmangin raportimin e tematikave apo sektorëve nga ku mund të kenë drejtpërsëdrejti përfitim personal.

Në vitin 2017 Instituti Shqiptar i Medias mbledhi së bashku një grup ekspertësh për rishikimin e Kodit dhe hartimin e Udhëzimeve Etike për Gazetarinë Online. Të dyja këto dokumente kaluan në proces konsultimi me komunitetin mediatik. Përveç Kodit të Etikës janë hartuar edhe rregullore apo udhëzime për sektorë të veçantë të gazetarisë, si gazetaria investigative, raportimi mbi viktimat e trafikut, raportimi mbi minorenët, raportimi mbi grupet në nevojë, raportimi mbi zgjedhjet, etj. Edhe në këto raste zbatimi i rregullave etike i lihet në dorë gazetarëve dhe ndërgjegjes së tyre, dhe nuk vendosen penalizime për shkelje.

Një nga zhvillimet e fundit është edhe krijimi i Këshillit të Medias në vitin 2015 nga një grup gazetarësh i cili u mbështet nga Këshilli i Evropës. Qëllimi i tij ishte që të ndikonte në përmirësimin e standardeve profesionale në gazetari nëpërmjet respektimit të rregullave të Kodit të Etikës⁷⁵. Deri tani ky këshill ka hapur zyrën e vet dhe ka zgjedhur një këshill ankesash me mbështetjen e donatorëve të huaj. Sidoqoftë, është akoma tepër herët për të gjykuar se çfarë efekti do të ketë ky këshill në vetërregullimin e medias në vend.

Përveç këtyre nismave, Këshilli i Ankesave funksionon pranë rregullatorit, Autoritetit të Mediave Audiovizive, duke shqyrtuar kërkesa nga publiku apo institucione publike në lidhje me përmbajtje mediatike që mund të jetë fyese për dinjitetin njerëzor dhe në shkelje të të drejtave të njeriut.

Në Shqipëri, e drejta e replikës dhe botimit të përgënjeshtimeve janë të parashikuara me ligj. Neni 43 i Kodit Penal thotë se gjykatat mund të urdhërojnë një të dënuar që me shpenzimet e veta të publikojë në një apo disa gazeta ose stacione radiotelevizive vendimin gjyqësor, sipas urdhërimit të bërë nga gjykata. Gjithashtu, nëni 617 i Kodit Civil merret me publikimin e informacioneve të pasakta ose mashtruese, dhe thotë se gjykata me kërkesën e personit të dëmtuar, detyron personin fajtor për publikimin e të dhënave të pasakta, jo të plota ose mashtruese që të publikojë një përgënjeshtim. Edhe ligji i mediave audiovizive merret deri në detaje me të drejtën e replikës (Neni

⁷⁵ Deklaratë shtypi me rastin e krijimit të Këshillit të Medias, <http://www.javanews.al/fomohet-keshilli-i-medias/>

53) ndërsa Autoriteti i Mediave Audiovizive ka miratuar një rregullore dhe procedurat për përmbushjen e të drejtës së replikës në median audiovizive.⁷⁶ E drejta e replikës është gjithashtu e përfshirë në Kodin e Etikës. Ka patur disa çështje gjyqësore ku e drejta e replikës dhe përgënjeshttrimi është përdorur të ndrequr dëmtimin e reputacionit dhe nderit të individëve, por nuk ka të dhëna mbi përdorimin e tyre në mënyrë vullnetare nga media pas ankesave të publikut. Mendohet se këto raste duhet të jenë të pakta në numër duke patur parasysh se pothuajse nuk ekzistojnë fare instrumentet që mundësojnë dialogun midis medias dhe publikut.

Shume media, pak pluralizem

Megjithëse numri i mediave në Shqipëri është i konsiderueshëm, ky numër jo domosdoshmërisht garanton një nivel të kënaqshëm pluralizmi në media. Në fakt, ekspertët e medias mendojnë se vendimi i vitit 2016 i Gjykatës Kushtetuese për të shfuqizuar kufizimin e pronësisë të licensave kombëtare i ka hapur rrugën monopolizimit ose të paktën përqendrimit të tregut mediatik në pak duar. Në situatën aktuale katër nga pesë licensat për rrjete digjitale kombëtare janë në pronësi të dy grupeve kryesore në sektorin e mediave private, gjë që shkakton shqetësime për të ardhmen e pluralizmit në fushën e medias.

Sipas **një raporti të fundit të Qendrës për Pluralizmin dhe Lirinë e Medias dhe Lirine e Medias**⁷⁷ kur bëhet fjalë për Pluralizmin e Tregut skena e mediave shqiptare klasifikohet si me rrezik të lartë (80%) për shkak të mungesës së transparencës në pronësinë e mediave dhe ndikimit të interesave tregtare dhe interesave ekonomike dhe politike të pronarëve të mediave mbi politikën editoriale të mediave.

Numri i mediave (mediat tradicionale dhe ato të reja) është i lartë duke marrë në konsideratë madhësinë e tregut të vendit. Numri shume i madh i operatorëve të medias në raport me popullsinë dhe tregun e reklamave, në kushtet kur asnjë nuk falimenton, të çojnë në përfundimin se operatorët

⁷⁶ AMA, "Rregullore mbi procedurat për trajtimin e ankesave dhe ushtrimin e të drejtës së përgjigjes," <http://ama.gov.al/preview/wp-content/uploads/2015/03/RREGULLORE-MBI-PROCEDURAT-P%C3%8BR-TRAJTIMIN-E-ANKESAVE-DHE-P%C3%8BR-USHTRIMIN-E-S%C3%8B-DREJT%C3%8BS-S%C3%8B-P%C3%8BRGJIGJES.pdf>

⁷⁷ European University Institute, "Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019," 2020, Country report Albania by Likmeta, Voko, & Matlija: https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67816/albania_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

e medias nuk po veprojnë sipas rregullave të tregut. Sfidat për Shqipërinë duket se është të pasurit më pak, jo të pasurit më shumë. Edhe pse industria e medias po lëviz në internet (Media Online, 19%) me industrinë e gazetave në rënie (13%) -TV mbetet ende lojtari më i madh dhe më i rëndësishëm (64%).

Pas 30 vitesh të liberalizimit të tregut të medias, nuk ka patur ndonjë zhvillim të madh në sigurimin dhe publikimin e të dhënave sistematike dhe të besueshme mbi tregun e medias dhe financat e organeve të medias. Mungesa e këtyre të dhënave e vështirëson diskutimin për drejtimin që po merr tregu i medias. Megjithatë, duket qartë se shfuqizimi i kufizimit të pronësisë është një hap prapa për sa i përket garantimit të pluralizmit në media.

Në vitin 2018, një studim i *Reporterëve pa Kufij* dhe *BIRN*⁷⁸ Shqipëri tregoi se ka një përqendrim të madh të pronësisë mbi organet e mediave. Sipas të dhënave nga një agjenci sondazhi, arrihet në përfundimin se kemi të bëjmë me një përqendrim mesatar në tregun televiziv ku katër pronarë të mëdhenj arrijnë 48.93 për qind të publikut. Nga ana tjetër, të dhënat e kompanisë së dytë të sondazhit tregojnë për një përqendrim më të madh të tregut në duart e këtyre katër pronarëve që mbulojnë 58.60 për qind të publikut. Edhe llogaritë e kryera në lidhje me përqendrimin në tregun e radios dhe gazetave tregojnë një prirje të ngjashme: kemi përqendrim të lartë me 63.96 për qind të publikut për katër pronarë të stacioneve të radios, dhe 43.29 për qind për katër pronarë gazetash. Nga ana tjetër matja e përqendrimin në bazë të përqindjes së publikut që ndjek këto media paraqet shifra akoma më alarmante: dy familjet kryesore që kanë në pronësi stacione televizive zotërojnë kontrollojnë më shumë se 70 për qind të tregut televiziv, ndërsa katër pronarët që u përmendën më sipër zënë 89,6 për qind të tregut.

I gjithë ky përqendrim përkthehet edhe në përqendrim fondesh dhe reklamash, që ngushton edhe mundësinë e operatorëve të tjerë për të pasur financa të mjaftueshme apo të kënaqshme për të mbështetur mediat e tyre. Kjo sjell edhe mundësinë e një ngushtimi të narrativës që paraqitet në media, edhe pse praktika e ka treguar që pasja e fondeve apo konkurenca e ndershme nuk përkthehet medoemos në pluralizëm të përmbajtjes në media.

Tregu i reklamave në Shqipëri paraqitet relativisht i vogël, sidomos për numrin e madh të mediave që ekzistojnë në vend. Tregu favorizon qartë televizionet, të cilat marrin pjesën e luanit përsa i përket reklamës. Ndërkohë që shtypi është në një rënie të vazhdueshme, mediat online janë rritur ndjeshëm, edhe pse roli i televizionit nga ana e thithjes së reklamës është më

⁷⁸ Shih <https://albania.mom-rsf.org/sq/>

i konsoliduar se kurrë. Radio vazhdon të ruajë pjesën e vet të vogël, por të konsoliduar në këtë treg reklame.

Transparenca në tregun e medias në Shqipëri vazhdon të jetë shumë e ulët, përsa i përket matjes së audiencës dhe shikueshmërisë nga njëra anë, dhe për rrjedhojë edhe kritereve me të cilat ndahet reklama nga ana tjetër. Po kështu, fuqizimi i aktorëve të rinj në skenën mediatike, si agjencitë e reklamave, dhe kompanitë partnere të organeve të medias, e ndërlikon edhe më shumë gamën e faktorëve që ndikojnë ekonomikisht te media. Për pasojë, në mungesën e një tregu të fuqishëm reklame apo mjeteve alternative për mbështetjen ekonomike të medias, të gjithë këta faktorë deri diku ndikojnë edhe në politikat editoriale dhe përmbajtjen mediatike që arrin te publiku.

Përpyekjet për adoptimin e legjislacionit për reklamën shtetërore kanë qenë të pakta. Rregullat aktuale nuk garantojnë dot transparencë të plotë të këtij procesi dhe kanë lënë shteg që të hyjnë në lojë për fonde shtetërore nga reklamën dhe fushata publike edhe aktorë të tjerë. Kjo e bën edhe më të vështirë punën për të analizuar dhe vlerësuar mënyrën si shpenzohen fondet publike në lidhje me organet e medias. Po kështu, transparenca e ulët në praktikën e biznesit të kompanive mediatike në administrimin e brendshëm dhe në tregun e reklamave nuk na ndihmon në këtë drejtim.

REFERENCA:

AMA (2015). *Rregullore mbi procedurat për trajtimin e ankesave dhe ushtrimin e të drejtës së përgjigjes*.

Article XIX (1997). Albania: *Towards Broadcasting Freedom. An analysis of the New Broadcasting Law*. Article 19.

AKEP (2020). *Treguesit Statistikorë të Tregut të Komunikimeve Elektronike*. E disponueshme në: https://akep.al/wp-content/uploads/2019/01/Raport-T4_2019.pdf

Baka, B. (2011). *Media dhe Politka: Tranzicioni drejt (pa)varësisë politike*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

Bejtja et al., (2001). *Education of Journalists in Albania*. Peace Institute, Ljubljana, Slovenia.

BIRN Shqipëri (2015). *Të mbyllësh një sy ndaj lajmit: Vetëcensura në median shqiptare*. E aksesueshme në: <https://birn.eu.com/wp-content/uploads/2017/06/Broshure-Vetecensura.pdf>

Boriçi, H. (1997). *Një shekull e gjysmë publicistikë shqiptare*. Gjergj Fishta, Tiranë, Shqipëri.

Boriçi, H., & Marku, M. (2011). *Histori e shtypit shqiptar. Nga fillimet deri në ditët tona*. SHBLU, Tiranë, Shqipëri.

Çipuri, R. (2015). *Vetëcensurimi i gazetarëve brenda redaksisë*. Punim Doktorature, Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë. Tiranë, Shqipëri.

European Commission for Democracy through law (Venice Commission). (2020). *Opinion on the law no.97/2013 on the audiovisual media service with draft amendments adopted on 18 December 2019*.

European University Institute (2020). *Monitoring Media Pluralism in the Digital Era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania and Turkey in the years 2018-2019*," Country report Albania by Likmeta, Voko, & Matlija: Açessible at: https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/67816/albania_results_mpm_2020_cmpf.pdf?sequence=1&isAlloëed=y

Fevziu, B. (2005). *Historia e Shtypit Shqiptar 1848-2005*. Onufri, Tiranë Shqipëri

Qendra e Medias së Fondacionit SOROS (1998). *Të dhëna mbi median shqiptare 1991-1998*. Tiranë, Shqipëri.

Godole, A. (2014). *Gazetaria Shqiptare në Tranzicion: Struktura, Aktorët dhe Tipologjitë Profesionale*. Botime Papyrus, Tiranë, Shqipëri.

Gazetaria Shqiptare përballë dhunës. (1997). *Intervistë me Remzi Lani*, Faqe 19-20.

Gazetaria Shqiptare përballë dhunës. (1997). *Intervistë me Helena Darbishire, Konsulente e programit të Artikullit 19 për Evropën Qendrore dhe Lindore*.

Komiteti Shqiptar i Helsinkit (2020). *Raport Studimor mbi të drejtat e punës së gazetarëve*. I aksesueshëm në: https://ahc.org.al/wp-content/uploads/2020/06/Raport-Studimor_Te-drejta-pune-per-gazetaret_ALB-1.pdf

Instituti Shqiptar i Medias (2018). *Media Shqiptare dhe Standardet Evropiane. Raport i bazuar mbi treguesit e këshillit të Evropës mbi median në demokraci*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

Instituti Shqiptar i Medias (2018). *Peizazh i medias online në Shqipëri*. ISHM, Tiranë.

Instituti Shqiptar i Medias (2016). *Mediat Online në Shqipëri: legjislatiioni, vetërregullimi, zhvillimet, tiparet dhe tendencat kryesore*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

Instituti Shqiptar i Medias (2009). *Journalism Education in Mainstream Media: Education Trends and Training Needs*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

Instituti Shqiptar i Medias (2018). *Skicimi i statusit të gazetarëve dhe statusi i shoqatave të gazetarëve dhe organizatave të medias*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

International Federation of Journalists (1996). *Media Freedom in Albania. An analysis of Media Legislation*. IFJ.

IDRA (2019). *Tregu i punës në media*. E aksesueshme në: <https://idracompany.com/files/ALB-Studimi%20mbi%20hendekun%20e%20aft%C3%ABsive%20n%C3%AB%20media.pdf>

IDRA (2019). *Studim për profesionistët e medias: Panoramë e medias në Shqipëri*. E aksesueshme në: <https://www.idrainstitute.org/files/Panoram%C3%ABn%20e%20Medias%20n%C3%AB%20Shqip%C3%ABri.pdf>

Londo, I (2016). *Mediat Online në Shqipëri. Legjislatiioni, vetërregullimi dhe prirjet kryesore*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.

Londo, I., Zguri, Rr (2014). *Mediat Online në Shqipëri: legjislatiioni, vetërregullimi, zhvillimi dhe prirjet kryesore*. Insituti Shqiptar i Medias, Tiranë.

- Londo, I (2014). *Rëndësia e Integritetit të medias*. ISHM, Tiranë, Shqipëri.
- Londo, I (2016). *Roli i kryeredaktorëve në mbrojtjen e integritetit të medias në Shqipëri. Rënia e Rolit dhe ndikimit të kryeredaktorëve*. South East European Media Observatory.
- Ligj Nr. 97/2003 *Për Mediat Audiovizive në Republikën e Shqipërisë*.
- Ligji Nr. 119/2014 *Për të Drejtën e Informimit*, Neni 3.
- Ligj Nr. 91/2019 *Për disa ndryshime dhe shtesa në ligjin nr. 97/2013 për mediat audiovizive në Republikën e Shqipërisë, të ndryshuar*.
- Nezaj, S. (2013) *Mediat e shkruara, menaxhimi i kundër krizës*. Punim Doktorature, Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë. Tiranë, Shqipëri.
- Nelku, R. (2018). *Radiotelevizioni Shqiptar nga Shtetëror në Publik*. Punim Doktorature, Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë. Tiranë, Shqipëri.
- Muka, A. (2014). *Radio në Peizazhin Mediatik Shqiptar. Probleme dhe Perspektiva*. Punim Doktorature, Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Historisë dhe Filologjisë. Tiranë, Shqipëri.
- Minnesota Advocates for Human Rights (1995) *Press Restriction in Albania*. MAHR, USA.
- OSFA (2012). *Zhvillimi i Medias Dixhitale: Shqipëria. Raporti për Shqipërinë*. OSFA, Tiranë, Shqipëri.
- Raporti vjetor i RTSH (2018). *Raporti Vjetor i RTSH*. E aksesueshme në: <https://www.rtsh.al/raporti-ekonomiko-financiar/>
- Strategjia e Kalimit nga Transmetimet Analoge në Transmetimet Numerike (2012)
- Unioni i Gazetarëve Shqiptarë (2020). *Gazetari i pasiguruar dhe financat e munguara për një pension bazik për gazetarët*. UGSH, Tiranë, Shqipëri
- Unioni i Gazetarëve Shqiptarë (2012). *Praktikat informale të punës në mediat shqiptare*. UGSH, Tiranë, Shqipëri.
- Zguri, Rr. (2019). *Media Image among the public and the media trust in Albania*. Albanian Media Institute, Tirana.
- Zguri, Rr (2017). *Marrëdhëniet mes medias dhe politikës*. Friedrich-Ebert-Stiftung, Tiranë, Shqipëri.

Website:

<https://al.ejo-online.eu/media-dhe-politika/lindja-e-televizioneve-private-ne-shqiperi>

<https://balkaninsight.com/2020/01/13/president-turns-down-albania-controversial-anti-defamation-law/>

Lista e OSHMA, AMA, <http://ama.gov.al>

<https://balkaninsight.com/2019/07/19/censorship-bill-albania-rights-organizations-slams-anti-defamation-package/>. Aksesuar më 6 Qershor, 2030, ora 13.30

<https://rsf.org/en/albania> Aksesuar më 6 Qershor, 2020. Ora, 13.09

Deklaratë shtypi me rastin e krijimit të Këshillit të Medias, <http://www.javanews.al/fomohet-keshilli-i-medias/>

<https://albania.mom-rsf.org/sq/>